



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD
SUPERIOR Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ROPA PARA MUJERES
PERTENECIENTES A LA IGLESIA EVANGÉLICA DE LA CIUDAD
OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”.

Previo a obtención del título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA

Autora:

Paolina Gisela Flores Díaz

Directora de Tesis:

Msc. Ana Arciniegas

Ibarra, Julio-2017

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación tiene como objetivo demostrar la viabilidad del estudio de factibilidad para la creación de una empresa de confección y comercialización de ropa para mujeres pertenecientes a la iglesia evangélica, en la provincia de Imbabura, cantón Otavalo; el contenido del proyecto comprende siete partes; la primera hace referencia a un análisis diagnóstico de los aspectos externos e internos que pueden influir positiva o negativamente en el desarrollo del emprendimiento, gracias a la utilización de las técnicas de investigación se recolectó información que justifica la existencia de una oportunidad de negocio. En la siguiente sección se establecieron las bases teóricas y científicas a través de fuentes secundarias que ayudaron en la elaboración de los posteriores capítulos. En la parte tres se elaboró un estudio del mercado mismo que presenta análisis de cada uno de sus componentes y se comprobó la existencia de una demanda insatisfecha a la cual dirigir los esfuerzos de comercialización. La sección cuatro contiene información acerca de la totalidad de los recursos, financiero, humano, material y técnico con el que se deberá contar para el normal funcionamiento en la empresa, ubicación, capacidad de producción, ingeniería del proyecto; además presenta representaciones gráficas acerca de los procesos de fabricación y comercialización. En la sección cinco se realizó un estudio financiero en donde se pudo determinar si la empresa generará o no beneficios al inversionista. El capítulo seis contiene una propuesta administrativa y parámetros de formalidad que permiten personificar a la organización para un ordenado desarrollo de las actividades productivas y comerciales. En la última sección se hace un análisis a través de indicadores económico, social, empresarial, ambiental de los efectos positivos y negativos que podría darse como consecuencia de la implementación del proyecto.

SUMMARY

The present research aims to demonstrate the viability of the feasibility study for the creation of a clothing manufacturing and company for women belonging to the evangelical church in the province of Imbabura, Otavalo canton; The content of the project comprises seven parts; The first refers to a diagnostic analysis of the external and internal aspects that can influence positively or negatively in the development of the enterprise, thanks to the use of research techniques, information was collected that justifies the existence of a business opportunity. In the following section the theoretical and scientific bases were established through secondary sources that helped in the elaboration of the later chapters. In part three, a market study was carried out, which presents an analysis of each of its components and verified the existence of an unsatisfied demand to direct the efforts. Section four contains information about the total financial, human, material and technical resources that must be counted for normal operation in the company, location, production capacity, project engineering; Also presents graphical representations about the processes of manufacture and commercialization. In section five a financial study was carried out in which it was possible to determine whether or not the company will generate profits for the investor. Chapter six contains an administrative proposal and parameters of formality that allow personifying the organization for orderly development of productive and commercial activities. In the last section an analysis is made through economic, social, business and environmental indicators of the positive and negative effects that could occur as a consequence of the implementation of the project.

AUTORÍA

Yo, PAOLINA GISELA FLORES DÍAZ, portadora de la cédula de identidad N° 100401967-3, declaro bajo juramento que las ideas y contenidos expuestos en el presente informe de trabajo de fin de carrera, es de exclusiva responsabilidad de la autora, y el tema es “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ROPA PARA MUJERES PERTENECIENTES A LA IGLESIA EVANGÉLICA DE LA CIUDAD OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”, el mismo que no ha sido presentado para ningún grado, ni calificación profesional; en los contenidos tomados de diferentes fuentes de consulta, se ha hecho constar sus respectivas citas bibliográficas.

En la Ciudad de Ibarra, Febrero del 2017



Flores Paolina

C.I. 100401967-3



Msc. Ana Arciniegas

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada FLORES DÍAZ PAOLINA GISELA, para optar por el Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría, cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ROPA PARA MUJERES PERTENECIENTES A LA IGLESIA EVANGÉLICA DE LA CIUDAD OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”**, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte de tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, Febrero del 2017



Msc. Ana Arciniegas

Directora de Trabajo de Grado




UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Paolina Gisela Flores Díaz, con cédula de ciudadanía N° 100401967-3, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor del trabajo de grado denominado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ROPA PARA MUJERES PERTENECIENTES A LA IGLESIA EVANGÉLICA DE LA CIUDAD OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA", que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.


AUTORA: Paolina Gisela Flores Díaz

C.I. 100401967-3

Ibarra, a los 26 días del mes de Julio del 2017



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD
TÉCNICA DEL NORTE**

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

| DATOS DE CONTACTO | |
|-----------------------------|--|
| CÉDULA DE IDENTIDAD: | 100401967-3 |
| APELLIDO Y NOMBRE: | Paolina Gisela Flores Díaz |
| DIRECCIÓN: | Cdla, Jacinto Collahuazo cuarta Etapa- Otavalo |
| EMAIL: | gisepao17@hotmail.com |
| TELÉFONO FIJO: - | TELÉFONO MÓVIL: 0988048868 |

| DATOS DE LA OBRA | |
|-------------------------|---|
| TÍTULO: | “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ROPA PARA MUJERES PERTENECIENTES A LA IGLESIA EVANGÉLICA DE LA CIUDAD OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA” |
| AUTOR: | Paolina Gisela Flores Díaz |
| FECHA: | 2017/26/07 |

| SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO | |
|------------------------------------|---|
| PROGRAMA: | <input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSTGRADO |
| TÍTULO POR EL QUE OPTA: | Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA |
| ASESOR /DIRECTOR: | Msc. Ana Isabel Arciniegas Calderón |

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

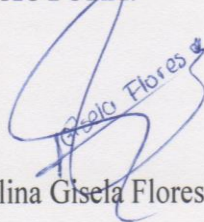
Yo, Paolina Gisela Flores Díaz, con cédulas de ciudadanía N° 100401967-3 en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 26 días del mes de Julio de 2017

LA AUTORA:



Paolina Gisela Flores Díaz

C.I. 100401967-3

Facultado por resolución de Consejo Universitario.

DEDICATORIA

A Dios.

Porque él es mi luz, mi salvación la fortaleza de mi vida quien me guía y sustenta con su mano poderosa, pues reconozco que a Jesús se lo debo todo.

A mis padres

Por el constante apoyo, sus excelentes concejo y el gran sustento económico, mejor herencia que me pueden otorgar.

A mi directora de tesis.

Msc. Anita Arciniegas, quien con su sabiduría y conocimientos me ha permitido desarrollar y concluir esta investigación correctamente y ha sido un gran apoyo en mi vida.

Paolina

AGRADECIMIENTO

A Dios el amor de mi vida por acompañarme todos los días, porque a cada segundo puedo sentir su presencia, porque sin su sustento no pondría haber llegado a cumplir mis metas.

A la Universidad Técnica Del Norte, medio por el cual he podido hacer que mis sueños cada vez estén más cerca de cumplirse.

A mis profesores por compartirme sus conocimientos, amistad, sabiduría que de una u otra forma me ha dado una excelente guía.

A mi abuelo Noé Díaz por el apoyo incondicional para que desarrolle este proyecto.

A mis amigos: Liseth Paredes, Lizeth Alarcón, Diego Cruz, Juan Chulde, José Cajas, quienes aportaron siempre ideas y me apoyaron en la elaboración del trabajo de grado.

Al Dr. Roberto Lara, maestro de la Universidad por su amistad incondicional y sus sabios consejos; ayuda en los momentos de mayor necesidad y quien me enseñó amar mi futura profesión.

A mi familia por su ayuda constante por haberme enseñado a perseverar y a luchar por mis sueños y regalarme la oportunidad de formarme como una profesional.

Existen muchas personas a las cuales podría agradecerles ya que han formado parte de mi vida aportando con muchas enseñanzas; estar cerca de ellas me ha permitido crecer y renovarme cada vez más porque incluso en las caídas Dios las ha usado para demostrarme que siempre por más oscuro que este el camino al final existirá una luz llamada esperanza a todas ellas le deseo siempre éxitos en su vida.

Dios los bendiga siempre.

Gisela

ÍNDICE GENERAL

| | |
|---|--------|
| RESUMEN EJECUTIVO | ii |
| SUMMARY | iii |
| AUTORÍA..... | iv |
| CERTIFICACIÓN DEL ASESOR..... | v |
| CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE | vi |
| AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE | vii |
| DEDICATORIA | ix |
| ÍNDICE GENERAL | xi |
| ÍNDICE DE TABLAS | xix |
| ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN | xxv |
| INTRODUCCIÓN | xxvii |
| JUSTIFICACIÓN | xxviii |
| OBJETIVOS | xxix |
| CAPÍTULO I | 31 |
| Diagnóstico situacional | 31 |
| Introducción | 31 |
| La oportunidad de negocio..... | 31 |
| El segmento de mercado no atendido. | 31 |
| Formulación la oportunidad de negocio. | 31 |
| Objetivos | 32 |
| Objetivo general..... | 32 |
| Objetivos específicos | 32 |
| Variables | 32 |
| Variables diagnósticas. | 32 |
| Indicadores..... | 33 |
| Indicadores de las variables diagnósticas. | 33 |
| Matriz de relación diagnóstica | 35 |
| Técnicas de investigación | 36 |
| Información primaria. | 36 |
| Información secundaria..... | 45 |

| | |
|---|----|
| Análisis de las variables diagnósticas | 45 |
| Político/legal. | 45 |
| Económico. | 45 |
| Social y cultural. | 46 |
| Tecnológico. | 46 |
| Ambiental. | 47 |
| Matriz AOOR..... | 47 |
| Cruces estratégicos..... | 48 |
| Identificación de la oportunidad de negocio. | 49 |
| CAPÍTULO II | 50 |
| Marco Teórico..... | 50 |
| Introducción | 50 |
| Objetivos | 50 |
| Conceptos generales..... | 50 |
| Empresa. | 51 |
| Industria. | 52 |
| Normas internacionales de información financiera (NIIF). | 53 |
| Estados financieros. | 53 |
| Conceptos del tema | 56 |
| Religión. | 56 |
| Moda. | 57 |
| Diseño y moda (diseño de moda)..... | 58 |
| Comercialización. | 58 |
| Directo. | 59 |
| Consumidor. | 59 |
| Cliente. | 59 |
| Atención al cliente. | 60 |
| Procesos de producción..... | 61 |
| Conceptos financieros | 63 |
| Estudio de factibilidad. | 63 |
| CAPÍTULO III..... | 79 |
| Estudio de mercado..... | 79 |
| Introducción | 79 |
| Objetivo general..... | 79 |

| | |
|---|-----|
| Objetivos específicos. | 79 |
| Matriz de investigación de mercado | 81 |
| Identificación del producto | 82 |
| Características. | 82 |
| Ventajas. | 82 |
| Desventajas. | 83 |
| Segmentación de mercado | 83 |
| Variables de segmentación. | 84 |
| Mercado meta..... | 85 |
| Cálculo de la muestra..... | 85 |
| Fórmula | 85 |
| Oferta | 86 |
| Oferta actual..... | 90 |
| Oferta proyectada..... | 91 |
| Demanda | 93 |
| Tabulación y análisis de la investigación..... | 93 |
| Preguntas de información básicas. | 94 |
| Con qué frecuencia compra usted prendas de vestir? | 96 |
| Cuántas prendas de vestir compra? | 97 |
| En qué lugares realiza sus compras de prendas de vestir? | 98 |
| Cuando compra prendas de vestir como realiza usted sus pagos? | 99 |
| Las prendas de vestir actualmente tienen precios. | 100 |
| Cuál de las siguientes prendas cubre sus expectativas? | 101 |
| Cuando quiere adquirir prendas de vestir que es lo más importante? | 102 |
| Qué precio estaría dispuesto a pagar por la adquisición de prendas de vestir? | 103 |
| Qué tipo de material prefiere usted al momento de adquirir prendas de vestir? | 106 |
| Donde le gustaría adquirir prendas de vestir? | 108 |
| Que herramientas utiliza para informarse? | 109 |
| Como le gustaría conocer de los productos que ofrecemos? | 110 |
| Demanda | 111 |
| Demanda proyectada..... | 113 |
| Balance oferta-demanda..... | 115 |
| Precio | 115 |
| Análisis de precios. | 116 |

| | |
|--|-----|
| Proyección de los precios..... | 116 |
| Comercialización | 119 |
| Producto. | 119 |
| Precio. | 121 |
| Promoción. | 121 |
| Publicidad. | 122 |
| Canales de distribución..... | 122 |
| Conclusiones del estudio de mercado | 123 |
| CAPÍTULO IV..... | 124 |
| Estudio técnico..... | 124 |
| Introducción | 124 |
| Objetivo general..... | 124 |
| Objetivos específicos. | 124 |
| Localización..... | 125 |
| Macro localización..... | 126 |
| Micro localización. | 128 |
| Ingeniería del proyecto | 130 |
| Tamaño del proyecto..... | 133 |
| Disponibilidad de materia prima..... | 133 |
| Disponibilidad de mano de obra. | 135 |
| Disponibilidad de financiamiento..... | 136 |
| Capacidad instalada | 137 |
| Diseño del proceso productivo..... | 139 |
| Simbología de flujo gramas. | 140 |
| Descripción técnica del procesamiento..... | 145 |
| Proceso de diseño..... | 145 |
| Proceso de corte. | 145 |
| Proceso de confección..... | 146 |
| Proceso de acabado..... | 147 |
| Proceso de control de calidad. | 147 |
| Proceso empacado y embalado. | 147 |
| Requerimiento de maquinaria y equipos..... | 148 |
| Inversiones de activos fijos..... | 149 |
| Terreno. | 149 |

| | |
|--|-----|
| Equipos de computación..... | 149 |
| Muebles y enseres..... | 150 |
| Insumos de ventas..... | 150 |
| Equipo de oficina..... | 151 |
| Resumen de activos fijos | 151 |
| Costos de producción..... | 152 |
| Materia prima..... | 152 |
| Costo de mano de obra directa..... | 154 |
| Costos indirectos de fabricación..... | 154 |
| Resumen de costos de producción..... | 157 |
| Gastos de administración..... | 159 |
| Gastos de constitución..... | 159 |
| Remuneraciones del personal..... | 159 |
| Servicios básicos administrativos..... | 161 |
| Suministros de oficina..... | 161 |
| Resumen de gastos administrativos..... | 161 |
| Gasto de ventas | 162 |
| Remuneraciones del personal de ventas..... | 162 |
| Gastos de publicidad..... | 162 |
| Arriendo del local comercial..... | 162 |
| Resumen de gastos de ventas..... | 163 |
| Capital de trabajo | 163 |
| Inversión total..... | 165 |
| Financiamiento..... | 165 |
| CAPÍTULO V..... | 167 |
| Estudio financiero | 167 |
| Introducción | 167 |
| Objetivo general..... | 167 |
| Objetivos específicos..... | 167 |
| Determinación de los ingresos proyectados..... | 168 |
| Determinación de egresos | 173 |
| Costos | 174 |
| Resumen de costos de producción..... | 192 |
| Gastos administrativos..... | 193 |

| | |
|--|-----|
| Remuneraciones del personal administrativo. | 193 |
| Suministros de oficina..... | 193 |
| Servicios básicos..... | 194 |
| Resumen de gastos de administración. | 195 |
| Gastos de ventas..... | 196 |
| Sueldos y salarios de vendedores..... | 196 |
| Arriendo de local comercial..... | 197 |
| Publicidad. | 197 |
| Catálogos. | 198 |
| Resumen de gastos de ventas..... | 199 |
| Depreciación y amortización de cargos diferidos..... | 200 |
| Gastos de constitución. | 200 |
| Depreciaciones..... | 200 |
| Reinversiones..... | 204 |
| Resumen de depreciación. | 206 |
| Gastos financieros..... | 206 |
| Resumen de gastos financieros y amortización de capital..... | 208 |
| Estados proforma..... | 208 |
| Estado de situación inicial. | 209 |
| Estado de resultados o estado de pérdidas y ganancias. | 209 |
| Estado de flujo de caja. | 211 |
| Análisis financiero..... | 212 |
| Costo de capital..... | 212 |
| Tasa de rendimiento medio..... | 212 |
| Valor actual neto (VAN)..... | 213 |
| Tasa interna de retorno (TIR). | 215 |
| Tasa de rendimiento costo – beneficio..... | 216 |
| Análisis costo – beneficio..... | 217 |
| Punto de equilibrio..... | 219 |
| Período de recuperación de la inversión..... | 219 |
| Resumen de indicadores y análisis de sensibilidad..... | 220 |
| Oportunidad de negocio..... | 221 |
| CAPÍTULO VI..... | 222 |
| Estructura organizacional..... | 222 |

| | |
|---|-----|
| Introducción | 222 |
| Objetivo general..... | 222 |
| Presentación | 222 |
| Nombre o razón social. | 222 |
| Misión. | 223 |
| Visión. | 224 |
| Principios. | 224 |
| Valores | 227 |
| Políticas empresariales..... | 228 |
| Estructura administrativa | 231 |
| Organigrama estructural..... | 231 |
| Organigrama funcional. | 232 |
| Niveles administrativos..... | 233 |
| Manual de Funciones y competencias del personal | 234 |
| Manual de funciones gerencia. | 235 |
| Manual de funciones producción. | 236 |
| Manual de funciones jefe de control de calidad..... | 239 |
| Manual de funciones ventas..... | 240 |
| Aspectos legales..... | 242 |
| Base Legal | 242 |
| Requisitos para el Funcionamiento..... | 242 |
| Patente municipal..... | 242 |
| Permiso del cuerpo de bomberos | 243 |
| Organismos de control | 243 |
| CAPÍTULO VII | 244 |
| Análisis de impactos | 244 |
| Introducción | 244 |
| Objetivo general..... | 244 |
| Herramientas de validación..... | 244 |
| Impacto económico | 245 |
| Impacto social | 246 |
| Impacto empresarial..... | 247 |
| Impacto ambiental..... | 248 |
| Análisis general..... | 249 |

| | |
|---|-----|
| CONCLUSIONES | 250 |
| RECOMENDACIONES | 252 |
| BIBLIOGRAFÍA | 253 |
| ANEXOS | 256 |
| Anexo 1: ENTREVISTAS..... | 257 |
| Anexo 2: FORMATO DE LAS ECUESTAS ELABORADAS A LAS POSIBLES CLIENTES..... | 259 |
| Anexo 3: PROFORMAS..... | 262 |
| Anexo 4: FOTOGRAFÍAS | 278 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|-----|
| Tabla 1 Variables e Indicadores..... | 34 |
| Tabla 2. Matriz de relación diagnóstica..... | 35 |
| Tabla 3. Ficha de observación del mercado de Otavalo | 44 |
| Tabla 4. Ficha de observación a las modistas | 44 |
| Tabla 5. Matriz AOOR | 47 |
| Tabla 6. Cruces estratégicos | 48 |
| Tabla 7. Matriz de investigación de mercado | 81 |
| Tabla 8. Listado de la población en las diferentes iglesias pertenecientes a Otavalo..... | 84 |
| Tabla 9. Variables para segmentación del mercado..... | 85 |
| Tabla 10. Características de los oferentes (Locales comerciales y boutiques) | 88 |
| Tabla 11. Características de los oferentes (Modistas y sastres)..... | 88 |
| Tabla 12. Oferta | 91 |
| Tabla 13. Proyección de la oferta | 92 |
| Tabla 14. Edad | 94 |
| Tabla 15. Nivel de ingresos | 95 |
| Tabla 16. Frecuencia de compra | 96 |
| Tabla 17. Cantidad de compra | 97 |
| Tabla 18. Lugar actual de compra..... | 98 |
| Tabla 19. Formas de pago..... | 99 |
| Tabla 20. Percepción de los precios actuales..... | 100 |
| Tabla 21. Gustos y preferencias..... | 101 |
| Tabla 22. Gustos y preferencias..... | 102 |
| Tabla 23. Precio | 103 |
| Tabla 24. Texturas de preferencia..... | 106 |
| Tabla 25. Lugar de comercialización de preferencia | 108 |
| Tabla 26. Medio de comunicación más utilizado | 109 |
| Tabla 27. Herramienta para dar a conocer el producto | 110 |
| Tabla 28. Demanda | 112 |
| Tabla 29. Proyección de la demanda de faldas, blusas, chaquetas y vestidos | 114 |
| Tabla 30. Oferta / demanda y cálculo de la demanda insatisfecha | 115 |
| Tabla 31. Proyección de precios | 118 |
| Tabla 32. Matriz de micro localización | 129 |

| | |
|--|-----|
| Tabla 33. Distribución de la planta | 131 |
| Tabla 34. Tipos de tela..... | 134 |
| Tabla 35. Recurso humano | 136 |
| Tabla 36. Capacidad de producción departamento de diseño..... | 138 |
| Tabla 37.Capacidad de producción departamento de corte | 138 |
| Tabla 38.Capacidad de producción departamento confección y terminado | 138 |
| Tabla 39. Capacidad de producción departamento empaque..... | 138 |
| Tabla 40. Cobertura de la demanda insatisfecha | 139 |
| Tabla 41. Maquinaria | 148 |
| Tabla 42. Equipo de computación | 149 |
| Tabla 43. Muebles y enseres | 150 |
| Tabla 44. Electrodomésticos | 151 |
| Tabla 45. Maniqués..... | 151 |
| Tabla 46. Equipo de oficina | 151 |
| Tabla 47. Resumen de activos fijos | 152 |
| Tabla 48. Materia prima necesaria para blusas | 152 |
| Tabla 49. Materia prima necesaria para faldas | 153 |
| Tabla 50. Materia prima necesaria para vestidos | 153 |
| Tabla 51. Materia prima necesaria para chaquetas | 153 |
| Tabla 52. Resumen de la materia prima..... | 154 |
| Tabla 53. Remuneración mano de obra directa | 154 |
| Tabla 54. Remuneración mano de obra indirecta | 155 |
| Tabla 55. Materiales indirectos..... | 155 |
| Tabla 56. Materiales para mantenimiento..... | 156 |
| Tabla 57. Servicios básicos..... | 156 |
| Tabla 58. Resumen de costos de producción | 157 |
| Tabla 59. Gastos de constitución | 159 |
| Tabla 60. Remuneraciones personal administrativo | 160 |
| Tabla 61. Servicios básicos administración | 161 |
| Tabla 62. Suministros de oficina | 161 |
| Tabla 63. Resumen de gastos administrativos | 161 |
| Tabla 64. Remuneraciones de ventas | 162 |
| Tabla 65. Publicidad | 162 |
| Tabla 66. Alquiler de local comercial..... | 163 |

| | |
|--|-----|
| Tabla 67. Resumen de gastos de ventas | 163 |
| Tabla 68. Capital de trabajo | 164 |
| Tabla 69. Inversión total | 165 |
| Tabla 70. Distribución del financiamiento..... | 165 |
| Tabla 71. Proyección de unidades a producir | 169 |
| Tabla 72. Proyección de precios | 170 |
| Tabla 73. Proyección de ingresos anual..... | 171 |
| Tabla 74. Resumen de ingresos | 172 |
| Tabla 75. Proyección cantidad de materia prima seda..... | 175 |
| Tabla 76. Proyección precios de materia prima seda..... | 175 |
| Tabla 77. Proyección de materia prima seda | 175 |
| Tabla 78. Proyección cantidad de materia prima jean | 176 |
| Tabla 79. Proyección precios de materia prima jean | 176 |
| Tabla 80. Proyección materia prima jean | 176 |
| Tabla 81. Proyección cantidad de materia prima algodón | 177 |
| Tabla 82. Proyección precios de materia prima algodón | 177 |
| Tabla 83. Proyección de materia prima algodón | 177 |
| Tabla 84. Proyección cantidad de materia prima viscosa | 178 |
| Tabla 85. Proyección precios de materia prima viscosa | 178 |
| Tabla 86. Proyección de materia prima viscosa..... | 178 |
| Tabla 87. Proyección cantidad de materia prima casimir | 179 |
| Tabla 88. Proyección precios de materia prima casimir | 179 |
| Tabla 89. Proyección de materia prima casimir..... | 179 |
| Tabla 90. Proyección cantidad de materia prima crepé | 180 |
| Tabla 91. Proyección precios de materia prima crepé | 180 |
| Tabla 92. Proyección de materia prima crepé..... | 180 |
| Tabla 93. Proyección cantidad de materia prima gabardina | 181 |
| Tabla 94. Proyección precios de materia prima gabardina | 181 |
| Tabla 95. Proyección de materia prima gabardina..... | 181 |
| Tabla 96. Proyección cantidad de materia prima tafetán | 182 |
| Tabla 97. Proyección precios de materia prima tafetán | 182 |
| Tabla 98. Proyección de materia prima tafetán | 182 |
| Tabla 99. Proyección cantidad de materia prima randa | 183 |
| Tabla 100. Proyección precios de materia prima randa | 183 |

| | |
|---|-----|
| Tabla 101. Proyección de materia prima randa | 183 |
| Tabla 97. Resumen de materia prima | 184 |
| Tabla 103. Promedio de sueldos | 185 |
| Tabla 104. Mano de obra directa | 187 |
| Tabla 107. Costos indirectos de fabricación | 189 |
| Tabla 108. Proyección de costos indirectos de fabricación | 189 |
| Tabla 109. Mantenimiento de maquinaria | 190 |
| Tabla 110. Proyección de mantenimiento de maquinaria | 190 |
| Tabla 111. Servicios básicos..... | 191 |
| Tabla 112. Proyección de servicios básicos..... | 191 |
| Tabla 113. Resumen de costos indirectos de fabricación | 191 |
| Tabla 105. Mano de obra indirecta | 192 |
| Tabla 106. Resumen de mano de obra indirecta | 192 |
| Tabla 114. Resumen de costos..... | 192 |
| Tabla 115. Remuneraciones del personal administrativo | 193 |
| Tabla 116. Resumen remuneraciones del personal administrativo..... | 193 |
| Tabla 117. Suministros de oficina | 193 |
| Tabla 118. Proyección de suministros de oficina | 194 |
| Tabla 119. Servicios básicos administración | 194 |
| Tabla 120. Resumen proyección de servicios básicos administración | 194 |
| Tabla 121. Resumen de gastos de administración | 195 |
| Tabla 122. Sueldos y salarios de vendedores..... | 196 |
| Tabla 123. Proyección de sueldos y salarios de vendedores | 197 |
| Tabla 124. Arriendos | 197 |
| Tabla 125. Proyección de arriendos..... | 197 |
| Tabla 126. Publicidad | 197 |
| Tabla 127. Proyección de publicidad..... | 198 |
| Tabla 128. Catálogos | 198 |
| Tabla 129. Proyección de gastos en catálogos..... | 198 |
| Tabla 130. Resumen de gastos de ventas..... | 199 |
| Tabla 131. Gastos de constitución | 200 |
| Tabla 132. Amortización de gastos de constitución e imprevistos..... | 200 |
| Tabla 133. Activos fijos a depreciar | 201 |
| Tabla 134. Depreciación construcción..... | 201 |

| | |
|---|-----|
| Tabla 135. Depreciación equipos de computación de producción | 202 |
| Tabla 136. Depreciación equipos de computación de ventas | 202 |
| Tabla 137. Depreciación equipos de computación de administración..... | 202 |
| Tabla 138. Depreciación equipos de oficina de la administración | 202 |
| Tabla 139. Depreciación equipos de oficina de ventas..... | 202 |
| Tabla 140. Maquinaria | 203 |
| Tabla 141. Equipo de ventas | 203 |
| Tabla 142. Muebles y enseres de ventas | 203 |
| Tabla 143. Muebles y enseres de producción | 204 |
| Tabla 144. Muebles y enseres de administración | 204 |
| Tabla 145. Depreciación equipos de computación de producción reinversión 1 | 204 |
| Tabla 146. Depreciación equipos de computación de ventas reinversión 1 | 205 |
| Tabla 147. Depreciación equipos de computación administración reinversión 1 | 205 |
| Tabla 148. Depreciación equipos de computación de producción reinversión 2 | 205 |
| Tabla 149. Depreciación equipos de computación de ventas reinversión 2 | 205 |
| Tabla 150. Depreciación equipos de computación administración reinversión 2 | 205 |
| Tabla 151. Depreciación equipos de computación de producción reinversión 3 | 205 |
| Tabla 152. Depreciación equipos de computación de ventas reinversión 3 | 206 |
| Tabla 153. Depreciación equipos de computación administración reinversión 3 | 206 |
| Tabla 154. Resumen de depreciaciones | 206 |
| Tabla 155. Crédito | 207 |
| Tabla 156. Amortización del crédito | 207 |
| Tabla 157. Amortización del capital e interés anualmente | 208 |
| Tabla 158. Resumen de gastos financieros | 208 |
| Tabla 161. Costo de capital..... | 212 |
| Tabla 162. Flujos Netos proyectados..... | 214 |
| Tabla 163. Cálculo del VAN | 214 |
| Tabla 164. Cálculo de la TIR manual | 215 |
| Tabla 159. Cálculo del factor de actualización..... | 217 |
| Tabla 160. Análisis costo – beneficio | 218 |
| Tabla 165 Cálculo del punto de equilibrio..... | 219 |
| Tabla 166. Calculo del tiempo de recuperación corriente. | 219 |
| Tabla 168. Lista de Indicadores | 220 |
| Tabla 169. Manual del gerente..... | 235 |

| | |
|---|-----|
| Tabla 170. Manual de funciones jefe de producción | 236 |
| Tabla 171. Manual de funciones operarios de producción | 237 |
| Tabla 172. Manual de funciones del diseñador | 238 |
| Tabla 173. Manual de funciones de jefe de control de calidad..... | 239 |
| Tabla 174. Manual de funciones jefe de ventas | 240 |
| Tabla 175. Manual de funciones del vendedor | 241 |
| Tabla 176. Métodos de validación | 244 |
| Tabla 177. Matriz de impacto económico..... | 245 |
| Tabla 178. Matriz de impacto social..... | 246 |
| Tabla 179. Matriz de impacto empresarial | 247 |
| Tabla 180. Matriz de impacto ambiental | 248 |
| Tabla 181. Resumen de impactos | 249 |

ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

| | |
|---|-----|
| Ilustración 1. Diagrama de información conceptos generales | 50 |
| Ilustración 2. Diagrama de información conceptos del tema..... | 56 |
| Ilustración 3. Diagrama de información conceptos financieros..... | 62 |
| Ilustración 4. Edad | 94 |
| Ilustración 5. Nivel de ingresos | 95 |
| Ilustración 6. Frecuencia de compra | 96 |
| Ilustración 7. Cantidad de compra | 97 |
| Ilustración 8. Lugar actual de compra..... | 98 |
| Ilustración 9. Formas de Pago..... | 99 |
| Ilustración 10. Percepción de los precios actuales | 100 |
| Ilustración 11. Forma de pago | 101 |
| Ilustración 12. Gustos y preferencias | 102 |
| Ilustración 13. Precio de blusas | 103 |
| Ilustración 14. Precio de vestidos | 104 |
| Ilustración 15. Precio de Chaquetas..... | 105 |
| Ilustración 16. Precio faldas..... | 105 |
| Ilustración 17. Materia prima de preferencia | 107 |
| Ilustración 18. Lugar de comercialización de preferencia | 108 |
| Ilustración 19. Medio de comunicación más utilizado | 109 |
| Ilustración 20. Herramienta para dar a conocer el producto | 110 |
| Ilustración 21. Diseños tradicionales | 119 |
| Ilustración 22 Diseños innovadores | 120 |
| Ilustración 23. Adornos complementos de prendas de vestir | 121 |
| Ilustración 24. Canales de distribución | 122 |
| Ilustración 25. Ubicación de Otavalo..... | 127 |
| Ilustración 26. Ubicación de la ciudadela Mira Valle..... | 130 |
| Ilustración 27. Plano de la planta de producción | 132 |
| Ilustración 28. Plano del área Comercial | 133 |
| Ilustración 29. Simbología del diagrama de flujo de procesos | 140 |
| Ilustración 30. Estado de situación inicial o de arranque al año cero | 209 |
| Ilustración 31. Estado de resultados proyectados | 210 |
| Ilustración 32. Estado de flujo de caja | 211 |

| | |
|--|-----|
| Ilustración 33. Logotipo de la empresa "PAO FASHION" | 223 |
| Ilustración 34. Principios de la empresa "PAO FASHION" | 224 |
| Ilustración 35. Valores de la empresa "PAO FASHION" | 227 |
| Ilustración 36. Organigrama Estructural | 232 |
| Ilustración 37. Organigrama funcional | 232 |
| Ilustración 38. Niveles Jerárquicos en la organización..... | 233 |

INTRODUCCIÓN

Imbabura es una provincia ubicada en la Sierra-Norte del Ecuador a 110 kilómetros de la ciudad de Quito, llamada también “La provincia de los lagos” ya que está rodeada de maravillosas lagunas; se conforma por los cantones: Ibarra, Otavalo, Cotacachi, Antonio Ante, Pimampiro y Urcuquí; mismos que han mostrado un mejor desarrollo económico realizando actividades tales como agricultura, comercio, turismo e industria textil. Imbabura sin duda cuenta con un amplio progreso en el ámbito textil especialmente en Atuntaqui; quienes producen todo tipo de ropa, sin embargo en la búsqueda de satisfacer necesidades de una manera muy generalizada, ampliando sus mercados y ofreciendo una gran gama de productos innovadores de calidad, olvidaron segmentos de mercado, generando necesidades insatisfechas uno de esos segmentos es el de la religión evangélica.

Este estudio se sitúa en el cantón Otavalo la “Capital intercultural de Ecuador” cuenta con el mercado artesanal indígena más grande de Sudamérica. Otavalo está habitado por 104.874 personas de los cuales 48.10% son hombres y el 51.9% mujeres, información que expresa el último censo realizado el 2010 por el INEC.

La vestimenta de las mujeres evangélicas exige requerimientos especiales como blusas sin escotes y faldas corte medio o largo, prendas que actualmente no están a la moda por lo que casi no se producen. Para obtener el producto deseado las mujeres evangélicas acuden a modistas, quienes elaboran las prendas que resultan costosas, de mala calidad y con diseños tradicionales, nada novedosos o importan productos países vecinos, lo que significa salidas de efectivo siendo esto perjudicial a la actual economía. Por todo lo expuesto anteriormente es evidente la necesidad de crear una empresa de confección y comercialización de ropa para mujeres evangélicas, generando así fuentes de trabajo y finalmente obteniendo una ventaja económica mediante el aprovechamiento de esta oportunidad de mercado.

JUSTIFICACIÓN

El presente estudio de factibilidad contribuirá al cumplimiento del Plan Nacional del Buen Vivir en dos de sus objetivos, el primero es contribuir al cambio de la matriz productiva, ya que en nuestra provincia es necesaria la creación de nuevas industrias y al realizar dicho estudio crecerán las posibilidades de cumplirlo, este proyecto ofrece implementar una nueva industria con una visión de alta productividad, que cubra los requisitos de las mujeres evangélicas. El segundo es mejorar la calidad de vida de la población porque al realizar este estudio de factibilidad y ser viable ofrecerá empleo a un número considerable de personas resolviendo así un gran problema como es la falta de plazas de trabajo, que ha aumentado en los últimos años.

El beneficio directo será para las posibles clientes ya que al desarrollarse este estudio de factibilidad se cubrirían necesidades, ofreciendo productos con diseños únicos y elegantes, dándole así el toque de originalidad, pudiendo ser reconocido a nivel nacional; además se destaca un incremento de mujeres anual del 2,9% con base en las estadísticas manejadas por los líderes de las iglesias evangélicas de Otavalo, lo que demuestra efectivamente que la demanda podría crecer.

Al tener aceptación del producto se podría conservar los flujos de efectivo en el país porque las posibles clientes no tendrían la necesidad de viajar a para adquirir las prendas de vestir.

Es importante mencionar que el proyecto también generará beneficios económicos futuros para quienes dediquen sus esfuerzos de producción y comercialización de estos productos, pues es innegable la necesidad insatisfecha, finalmente se puede decir que este proyecto generaría grandes beneficios, en el caso de ser implementado, ya que podría aportar de manera positiva al desarrollo económico y social en el cantón Otavalo.

TÍTULO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ROPA PARA MUJERES PERTENECIENTES A LA IGLESIA EVANGÉLICA DE LA CIUDAD OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.

OBJETIVOS

Objetivo general.

Realizar un estudio de factibilidad que permita la creación de una empresa productora y comercializadora de ropa para mujeres pertenecientes a la iglesia evangélica de la ciudad Otavalo, provincia de Imbabura, mediante el uso y desarrollo de herramientas de investigación con la finalidad de conocer si el proyecto será conveniente o rentable.

Objetivos específicos

1. Elaborar un diagnóstico situacional utilizando métodos y técnicas de análisis, con la finalidad de obtener información relevante y necesaria acerca del estado actual del mercado y el entorno en el cual se espera desarrollar el estudio de factibilidad.
2. Estructurar bases teóricas y científicas con el uso de fuentes de investigación sean estas, secundarias o lincográficas que permitan un conocimiento global, de manera que se obtenga un nivel de alta confiabilidad en la elaboración del proyecto.
3. Diseñar un estudio de mercado utilizando técnicas de investigación, estudiando variables como: oferentes, demandantes, precios, plaza, promoción y producto de manera que permita conocer la existencia de un segmento de mercado insatisfecho al cual se pueda dirigir los esfuerzos de comercialización.

4. Elaborar un estudio técnico a través del uso de diferentes métodos, de manera que sea posible la localización, tecnología y la ingeniería del proyecto que permita conocer los recursos económicos necesarios para el desarrollo e inversión inicial del proyecto, el ambiente y tamaño de planta.
5. Elaborar un estudio económico a través del cálculo de indicadores financieros con el objetivo de determinar la factibilidad del mismo.
6. Realizar una propuesta de estructura organizacional de manera que sea posible determinar aspectos legales, jurídicos, administrativos, laborales, para el buen desarrollo de las actividades administrativas de la empresa.
7. Realizar un análisis de los impactos, con la finalidad de determinar los efectos positivos o negativos que pueden generarse en la implementación del estudio para que se aprovechen las oportunidades y mitiguen los posibles efectos que pudiera generar el proyecto.

CAPÍTULO I

1. Diagnóstico situacional

1.1 Introducción

El diagnóstico situacional es la base para el comienzo de la elaboración de un estudio pues permite determinar factores incidentes positiva o negativamente; gracias a este el inversionista conocerá las oportunidades aliados oponentes y los riesgos. A través de esto se pueden establecer bases para el desarrollo del proyecto.

1.2 La oportunidad de negocio

1.2.1 El segmento de mercado no atendido.

En Imbabura tenemos todo tipo de productos de la industria textil pero la gran mayoría se dedican a la confección de prendas de vestir generalizando gustos y preferencias; sin embargo no se consideran segmentos de mercado como mujeres de otras religiones tales como evangélicas, cuyas características, exigencias y necesidades al momento de vestir son muy diferentes al de la población.

Es importante mencionar; que según lo mencionado en la justificación el número de mujeres jóvenes de estas religiones va en aumento, siendo esta una oportunidad de mercado.

1.2.2 Formulación la oportunidad de negocio.

¿LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA PARA MUJERES PERTENECIENTES A LA IGLESIA EVANGÉLICA DE LA CIUDAD OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA; GENERARÍA BENEFICIOS TANTO PARA EL PÚBLICO OBJETIVO COMO PARA LOS INVERSIONISTAS?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general.

Elaborar un diagnóstico situacional utilizando métodos de investigación y análisis con la finalidad de obtener información prudente, relevante y necesaria acerca del estado actual del mercado y entorno en el cual se espera desarrollar el estudio de factibilidad.

1.3.2 Objetivos específicos

1. Examinar la situación político/legal; necesaria para implementar el estudio de factibilidad.
2. Analizar del ambiente económico para el desarrollo y ejecución del proyecto.
3. Establecer un estudio del ámbito tecnológico en el que se va a desempeñar el proyecto de factibilidad.
4. Efectuar una investigación acerca del entorno social y cultural en el cual se espera implementar el estudio.

1.4 Variables

1.4.1 Variables diagnósticas.

Se puede definir como variable a un aspecto cuya naturaleza es inestable o cambiante; dichos cambios influyen de manera positiva o negativa al desarrollo de cualquier tipo de actividad.

Existe una diversidad de variables sin embargo se han seleccionado las influirían directamente en el desarrollo del proyecto:

- ❖ Político/legal
- ❖ Económico

- ❖ Social y cultural
- ❖ Tecnológico
- ❖ Ambiental

1.5 Indicadores

1.5.1 Indicadores de las variables diagnósticas.

Un indicador es un medio característico, utilizado para medir el desarrollo positivo o negativo de una variable esta puede ser cualitativa o cuantitativa.

Para ejecutar el trabajo de investigación correctamente y medir la incidencia o el impacto que puedan generar las variables en el proyecto se han elegido los siguientes indicadores

Tabla 1 Variables e Indicadores

| VARIABLES | INDICADORES |
|--------------------------|---|
| POLÍTICO/LEGAL | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Cambios y restricciones en las leyes para comerciantes ❖ Nuevos decretos ejecutivos que influyan en la comercialización y producción. ❖ El establecimiento de salvaguardias ❖ Los gravámenes fijados a las actividades productivas ❖ Precios actuales del mercado ❖ Costeo de materia prima ❖ Acceso a insumos adicionales ❖ Importaciones aranceles |
| ECONÓMICO | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Precios actuales del mercado ❖ Costeo de materia prima ❖ Acceso a insumos adicionales ❖ Importaciones aranceles |
| SOCIAL Y CULTURAL | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Innovaciones ❖ Gustos y preferencias ❖ Moda y tendencias en prendas de vestir |
| TECNOLÓGICO | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Nuevas tecnologías usadas en la producción ❖ Nuevas formas de comunicación con los clientes tales como: uso de catálogos electrónicos, páginas web ❖ Implementación de software administrativos y de producción |
| AMBIENTAL | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Clima |

1.6 Matriz de relación diagnóstica

Tabla 2. Matriz de relación diagnóstica

| OBJETIVO ESPECÍFICO | VARIABLE | INDICADOR | TÉCNICA | FUENTE | TIPO DE FUENTE |
|--|----------------|---|----------------------------|--|----------------|
| Examinar el ambiente político/legal necesario para implementar el estudio de factibilidad | POLÍTICO/LEGAL | Establecimiento de salvaguardias Cambios y restricciones en las leyes para comerciantes Los gravámenes fijados a las actividades productivas. Nuevos decretos ejecutivo de comercialización y ventas | Investigación Lincografica | Periódicos e Internet | SECUNDARIA |
| | | | Entrevista | Analistas de leyes | PRIMARIA |
| Hacer una investigación acerca del entorno social y cultural en el cual se espera implementar el estudio | ECONÓMICO | Precios actuales del mercado Costeo de materia prima Acceso a insumos adicionales Importaciones aranceles Inflación | Investigación Lincografica | Internet Publicaciones del INEC | SECUNDARIA |
| | | | | | |
| Establecer un análisis del ámbito tecnológico en el que se va a desempeñar el proyecto de factibilidad. | TECNOLÓGICO | Nuevas tecnologías usadas en la producción Nuevas formas de comunicación con los clientes Uso de catálogos electrónicos, páginas web | Investigación Lincografica | Internet | SECUNDARIA |
| | | | Entrevista | Ingeniero en Sistemas | PRIMARIA |
| Hacer una investigación acerca de en entorno social y cultural en el cual se espera implementar el estudio | SOCIOCULTURAL | Innovaciones Tendencias Moda Gustos y preferencias | Información Lincografica | Internet | PRIMARIA |
| | | | Observación | Visita a: Almacenes de ropa/ mercado. | SECUNDARIA |
| Elaborar un estudio acerca del ambiente y los factores que afectarán al desarrollo del proyecto | AMBIENTAL | Clima | Información Lincografica | Internet | SECUNDARIA |

Elaborado por: La Autora
Año: 2017

1.7 Técnicas de investigación

Para el presente diagnóstico será necesaria la aplicación de técnicas, mismas que son un conjunto de procedimientos, métodos ordenados que facilitan la recolección de información de forma rápida y segura. Existen técnicas y métodos clasificados de la siguiente manera:

1.7.1 Información primaria.

Estas fuentes son las más confiables puesto que tienen contacto directo con el investigador llamadas también herramientas de información de primera mano. Existen tres tipos de fuentes primarias: entrevistas, encuestas, observación, para el presente diagnóstico se utilizarán:

1.7.1.1 Entrevista.

La entrevista es una técnica que permite obtener información de manera dinámica e inteligente, mediante la elaboración de un cuestionario que contiene preguntas abiertas.

Se realizaron cuatro entrevistas a informantes clave: 1) Pastores de la iglesia evangélica Sr. Freddy Cerda, Sr. Franklin Salas; 2) Sra. Leydy Burbano adherente de la iglesia Apostólica del nombre de Jesús, 3) En lo que respecta a tecnología al Ingeniero en sistemas Hernán Villacis y; 4) Un analista de leyes el Ingeniero Marcelo Merino.

ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS PASTORES DE LAS IGLESIAS

El domingo 25 de Septiembre del 2016 a las 13:02 hora de inicio y 14:13 hora de finalización se ejecutó una entrevista dirigida a los pastores Freddy Cerda y Franklin Salas Tapiero, misma que se presenta a continuación:

1. Porque las mujeres pertenecientes a su iglesia visten diferente?

El cuerpo es el templo del DIOS viviente porque es donde nuestro Señor Jesús habitará; tanto mujeres como hombres debemos usar prendas que cubran la mayor parte del cuerpo, sin embargo en el caso de las damas siempre más delicado.

En la iglesia se han establecido reglas y parámetros de obediencia en base a la biblia; por ejemplo Deuteronomio 22:5 establece lo siguiente: “No vestirá la mujer traje de hombre, ni el hombre vestirá ropa de mujer; porque abominación es a Jehová tu Dios cualquiera que esto hace”; le comentaba que es complicado en el caso de las chicas, para ellas resulta un tanto incómodo porque hoy en día la mayor parte de jóvenes desean introducirse a los círculos sociales; sin embargo la mujer de cualquier edad debe vestir de tal forma, además para nosotros representa un uniforme que nos identifica y diferencia entre las demás personas.

2. Cuáles son las características de tipo de ropa?

Las mujeres jóvenes, mayores y niñas deben utilizar faldas de cualquier diseño pero que tengan una medida de por lo menos cuatro dedos bajo la rodilla esto equivale más o menos a 7 o 10 centímetros, las blusas deben tener mangas y sin escotes, las damas de la iglesia pueden utilizar vestidos pero deben considerar las mismas características exigidas en las prendas anteriores y no deben utilizar maquillaje.

Por lo general no existen prendas de vestir que cubran las características exigidas por las mujeres de la iglesia; en la actualidad las tendencias que crean modas han forjado el camino que procesa estilos de vestir, produciendo un conjunto de prendas que se basan en gustos usos y costumbres con un enfoque generalizado sin tomar en cuenta la necesidad de nuestras hermanas en la fé.

3. Están todas las mujeres obligadas a vestir de esa manera?

Nosotros como siervos de Dios estamos en la iglesia para guiar mas no para imponer, el vestirse acorde a las reglas es cuestión de la persona y de su sentir el obedecer, todo está en el grado de espiritualidad de la persona.

4. Qué opina usted acerca de la creación de una empresa que produzca ropa solo para las mujeres de su religión?

La idea de crear una empresa que cubra las necesidades existentes es buena, ya que actualmente la iglesia crece, en los próximos días se abrirá un nuevo lugar de predicación llegando a ser 900 iglesias en todo el Ecuador este dato puede usted encontrar en la página web de la iglesia IEANJESUS.

Análisis:

De esta entrevista se identificó los productos y las características específicas que los definen, mismas que se basan en la información que contiene la biblia.

Se destaca también la existencia de una necesidad no satisfecha y el hecho de que el número de personas adherentes en las iglesias está creciendo e incluso se están abriendo nuevas iglesias en el Ecuador, según estadísticas presentadas por los presidentes de las congregaciones existen cerca de 900 lugares de predicación; lo que demuestra que el segmento de mercado puede incrementar considerablemente.

ENTREVISTA DIRIGIDA A LA SRA. LEYDY BURBANO ADHERENTE A LA IGLESIA

El domingo 27 de noviembre del 2016 se ejecutó una entrevista a la Sra. Leydy Burbano miembro de la iglesia evangélica apostólica del nombre de Jesús se la ha seleccionado porque

es un ejemplo de lucha y liderazgo; se procedió a iniciar la conversación siendo las 12:00 am misma que finalizó transcurridos 20 minutos.

1. Dígame señora sabe usted de la existencia de empresas que produzcan ropa especial para ustedes?

Las mujeres somos lo más delicado que Dios ha creado, y como damas siempre estamos buscando la oportunidad de vernos más bellas por lo que la vestimenta resulta ser una parte muy importante en la vida de la mujer cristiana, es difícil encontrar ropa con las características peculiares que las cristianas y evangélicas buscan. en este país casi no se ve ropa con todas las características que deseamos por ejemplo encontramos una blusa bonita pero no tiene manga o tiene un gran escote y si finalmente encontramos las faldas o son demasiado cortas o son de diseños antiguos encontrar una prenda al gusto de nosotras es casi imposible.

2. Como adquirió las prendas que actualmente está usando?

De momento tengo una amiga que confecciona y fue ella quien me dio confeccionando, pero donde sí se ha observado la variedad de diseños, colores es en Colombia creo que allá hay bastante población evangélica.

Existe un local llamado Enigma que comercializa faldas vestidos y blusas colombianas pero es demasiado costosa imagínese que piden por un vestido sencillo jean 60,00 \$ obteniendo una ganancia exagerada, no ofrecen facilidades de pago; sin embargo son muy bonitas e innovadoras las prendas que ofrece.

Cuando una modista confecciona una prenda de vestir siempre existe una inconformidad, en el caso de la elaboración de una falda con diseño diferente , exageran en el precio y en la mayor parte de ocasiones el producto no cubre las expectativas.

Análisis:

Luego de ejecutada la entrevista se destaca que las mujeres pertenecientes a la iglesia evangélica tienden a buscar prendas con diseños diferentes, exclusivos a precios cómodos, revolucionar las prendas rutinarias que suelen encontrar vestir con estilo y elegancia.

Se identificaron los posibles competidores principales tales como las modistas, además ante la falta de variedad prendas de vestir innovadoras; los pocos vendedores que tienen el producto en stock, lo ofrecen a precios muy altos.

ENTREVISTA DIRIJIDA AL ANALISTA DE LEYES MARCELO MERINO

El 11 de Octubre del 2016 a las 16:45 se ejecutó la entrevista dirigida al analista de leyes Ingeniero Marcelo Merino, persona que ha demostrado un conocimiento amplio de la normativa legal misma que finalizó la entrevista siendo las 18:01.

1. Que reformas se han dado en los últimos años?

Existen varias reformas tanto en el aspecto económico, como en el aspecto técnico legal y jurídico que afecta de alguna manera las reglas de juego de los negocios y de la producción en general. Reformas al SRI, resoluciones de etiquetado según las normas INEN, impuestos a salida de divisas, reformas al proceso laboral como la flexibilización laboral, falta de acuerdos comerciales con bloques y regiones comerciales a nivel internacional. Aplicación de parte del COMEX y la aduana de medidas de salvaguardia hasta un 45%. Entre otras.

2. Que leyes y normativas se vinculan con la producción y comercialización?

Existe por parte del gobierno un continuo cambio de reglas que afecta directamente a la producción y comercialización como el plan nacional del buen vivir 2013- 2017, la ley de fomento artesanal, el COPCI. Ley de salida de divisas, ley del control del mercado, varias

disposiciones de carácter técnico para ciertas mercancías provenientes del exterior, como aplicación de cupos a las importaciones.

3. Cuáles podrían ser las restricciones legales que estaquen el desarrollo y productividad?

Respecto a la tercera inquietud, no poder firmar el acuerdo comercial multipartes con la unión europea. Porque podría significar perdidas económicas para los productores y para el país por cerca de 450 millones al año. La pérdida del sistema general de preferencias arancelarias con EE.UU. SGP. Y también no haber diversificado los productos de exportación hacia nuevos mercados.

4. Que leyes debo tomar en cuenta para la producción y comercialización de ropa ?

Respecto a la última inquietud: las leyes que debes tomar en cuenta para la comercialización de ropa es la ley de propiedad intelectual que dispone el IEPI(instituto de propiedad intelectual), las reformas emanadas por el INEN respecto al etiquetado de las prendas de vestir, las resoluciones dispuestas por el SENA E y desde luego las tarifas y requisito dispuestos por el arancel de adunas. Entre otras

Análisis:

De la entrevista se puede destacar la existencia de leyes que benefician a los micro emprendimientos, incentivando el desarrollo de los jóvenes profesionales.

También es importante la continua observancia de la normativa correspondiente a La Ley De Régimen Tributario y el Código Laboral y las reformas constantes que podrían representar para la empresa un obstáculo o una oportunidad.

En el caso de producción y comercialización de prendas de vestir la empresa deberá tomar en cuenta la Ley de Propiedad Intelectual.

ENTREVISTA DIRIJIDA AL ING. EN SISTEMAS HERNAN VILLACIS

El 15 de octubre del 2016 se ejecutó una entrevista siendo las 10:21 la misma que finalizó a las 10:44 dirigida al ingeniero en sistemas.

1. Que herramientas me permitirían realizar comercialización efectiva hablando de tecnología?

El mundo tecnológico ha revolucionado totalmente la manera de vivir de las personas, mejora y ayuda al ser humano a ejecutar las actividades, si tomamos en cuenta como vivíamos antes y como vivimos, hoy en día es vital el uso de teléfonos, computadores, internet, redes sociales. En lo respectivo a comercialización se puede utilizar las redes sociales y crear páginas exclusivas para la venta de cualquier tipo de productos o existe también la opción de crear páginas web, catálogos online, etc.

2. Que maquinaria podría ser la mejor en la confección de ropa?

Existe maquinaria de todo tipo por ejemplo las maquinas sublimadoras que facilitan la producción de ropa y pueden sustituir a los estampados e inclusive a los bordados, todo depende de lo que reamente deseé transmitir y las características que el cliente le exija a la empresa también hay máquinas de coser avanzadas que puede ahorrar energía y que suelen ser más silenciosas o máquinas de bordado , pegadoras de botones y más adornos realmente si vamos al exterior podríamos encontrar maravillas en maquinaria para una empresa textil, pero hay que tomar en cuenta los precios

Análisis:

De esta entrevista destaca que la tecnología contribuye al mejoramiento y ahorro de costos, para exhibir el producto la empresa puede crear una página exclusiva con fotografías de la ropa, catálogos virtuales y la exhibición del producto llegaría a personas de varios lugares del mundo.

En cuanto a la maquinaria existe variedad de material que puede revolucionar la producción minimizando tiempos; lo que podría representar menor.

1.7.1.2 Observación.

Probablemente éste es el método más antiguo, es de comunicación directa con los sucesos existentes en el medio que se desarrolla la investigación.

La observación es base importante en el estudio de este proyecto para lo cual se han elaborado las fichas de observación en el caso de algunos indicadores, de esta manera se podrá recolectar información veraz y confiable.

Se realizó observación directa en las iglesias y mercado para comprobar la veracidad de los datos obtenidos en las entrevistas, a continuación se presentan las fichas de observación:

El sábado 10 de Septiembre se realizó una visita al mercado en Otavalo, donde se encontró.

LUGAR: MERCADO DE OTAVALO (Sábados)

Tabla 3. Ficha de observación del mercado de Otavalo

| FALDAS/VESTIDOS | | |
|--|--------------------------|--------------------|
| CARACTERÍSTICAS /FORMA | COLORES DE MODA | TELAS |
| No existen faldas y diseños variados, solo existencia de faldas cortas y otras de diseño recto hasta la rodilla. | ❖ Floral print | |
| | ❖ Animal print | |
| Se evidencia la existencia de vestidos cortos, con escotes grandes y sin mangas. | ❖ Azul Eléctrico | ❖ Jean |
| | ❖ Jean llano | ❖ Seda |
| | ❖ Jean manchado | ❖ Piel de ángel |
| | ❖ Rojo | ❖ Carolina herrera |
| | ❖ Verde | ❖ Viscosa |
| | ❖ Rosado | ❖ Acetato |
| | ❖ Negro | |
| | ❖ Blanco | |
| | ❖ Combinación de colores | |
| | | |
| BLUSAS/CHAQUETAS | | |
| Se evidencia la existencia de blusas, de todo tipo de diseño con mangas, con escotes y sin escotes. | | ❖ Paño |
| | | ❖ Algodón (blusas) |
| Las chaquetas son productos que si existen en el mercado y de manera variada y de diferentes diseños. | ❖ Todo tipo de colores | ❖ Angora |
| | | ❖ Chalis |

Elaborado por:
Fuente: Observación directa
Año : 2016

LUGAR: PORTAL DEL OTAVALO EN EL ANTIGUO MERCADO DE OTAVALO(MODISTAS)

Tabla 4. Ficha de observación a las modistas

| FALDAS/VESTIDOS /BLUSAS/CHAQUETAS |
|---|
| Las modistas no tienen muchos productos para ofertar, ofrecen un servicio en el cual pueden elegir el diseño, no se encargan de elegir la tela. |

Elaborado por:
Fuente: Observación directa
Año : 2016

Gracias a la técnica de observación se pudieron corroborar varios datos importantes obtenidos en las entrevistas respecto de la ausencia del producto en el mercado actual y las necesidades insatisfechas identificadas en las entrevistas.

1.7.2 Información secundaria.

Esta información se refiere a datos obtenidos en libros, periódicos, revistas, fuentes bibliográficas resultado de estudio intelectual.

Las fuentes secundarias se utilizarán para la elaboración del capítulo 2 completo.

1.8 Análisis de las variables diagnósticas

1.8.1 Político/legal.

El ámbito político presenta más ventajas lineamientos importantes tales como la normativa de la Ley de Régimen Tributario que contempla algunas obligaciones que la empresa tendrá que cumplir para que la empresa pueda ejecutar las actividades productivas y comerciales de manera legal.

El código de trabajo que contiene información acerca de las obligaciones y beneficios a los que deberán estar sujetos, tanto los empleados como el empleador, cabe destacar que en el ámbito político legal, existe el apoyo constante por parte del Gobierno a los emprendimientos

1.9.2 Económico.

En este último año el país ha pasado por varios problemas económicos a causa del bajo precio del petróleo, base fundamental en la economía ecuatoriana información revelada en la página web del Ministerio de Finanzas Publicas.

Los precios en el mercado han variado; actualmente existe un promedio del 1,10% de inflación, dato tomado de la página web del Banco Central del Ecuador.

Los precios de la maquinaria y materia prima varían gracias a la eliminación de algunas salvaguardias y la reducción del 2 puntos porcentuales del IVA; estos equipos y materiales la

empresa necesariamente comprará, por lo tanto la capacidad adquisitiva de la empresa mejorará.

1.8.3 Social y cultural.

La cultura el ambiente y las tradiciones son factores determinantes en la selección de cualquier tipo de producto, se ha determinado un segmento de mercado con características similares.

Parte de la cultura es la religión; particularmente la evangélica, misma que tiene como prioridad vestir acorde a las creencias de su religión y teniendo como base la obediencia a la biblia; seleccionando prendas que cubran casi todo el cuerpo lo que para el proyecto será beneficioso, ya que la propuesta enfoca sus actividades productivas al desarrollo de prendas de vestir diferentes y exclusivas para este tipo de mujeres.

1.8.4 Tecnológico.

El mundo y la globalización han permitido una mejor calidad de vida que facilita el desarrollo de oportunidades y agiliza cualquier tipo de trabajo.

La tecnología más que un beneficio es un conjunto de oportunidades para el proyecto, porque permitirá al inversionista seleccionar maquinaria con beneficios que permitan minimizar costos, tiempos y de mejor calidad.

En lo que concierne a nuevas formas de comercialización utilizando herramientas digitales, tales como las redes sociales y páginas web que son parte importante de estos cambios, ya que hoy es una fuente favorita de las personas obteniendo menor costo y mayor ganancia.

Los avances tecnológicos han sido un instrumento básico e indispensable en la vida empresarial, así pues en este estudio de factibilidad se tomará en cuenta en todo el proceso de mejoramiento, desarrollo y buen desempeño de las actividades.

1.8.5 Ambiental.

En lo que respecta al aspecto ambiental es importante tomar en cuenta el clima; ya que en Otavalo este es versátil; el ambiente en el cual se va a comercializar la ropa, los diseños además de ser innovadores deben tener concordancia con el estado climático y tomar en cuenta las características o necesidades que definen modas y tendencias.

1.9 Matriz AOOR

Luego de haber conocido las condiciones en las que se encuentra el ambiente en el cual se pretende establecer el proyecto se identifican aspectos importantes tales como: Aliados Oponentes, Oportunidades y riesgos, con los que continuará el estudio del proyecto.

Tabla 5. Matriz AOOR

| ALIADOS | | OPORTUNIDADES | |
|-----------|--|---------------|---|
| ✓ | Mano de obra disponible a nivel local | ✓ | Acceso a créditos por parte de las entidades financieras. |
| ✓ | El constante apoyo e incentivo a la producción nacional por parte del estado. | ✓ | Existe un segmento amplio de mercado con demanda potencial para el proyecto. |
| ✓ | Existe un área adecuada y estratégica para ubicar la empresa | ✓ | Existencia de disposiciones legales que apoyen la producción nacional. |
| ✓ | El género femenino tiende siempre a estar a la moda por lo que siempre estar renovando sus prendas de vestir. | ✓ | Disponibilidad de mejoramiento productivo con innovaciones tecnológicas |
| ✓ | Existencia de una cultura de consumo que exige calidad. | ✓ | Suficiente mano de obra cualificada. |
| | | ✓ | Existencia de canales de distribución accesibles y crecimiento de las ventas en redes sociales. |
| OPONENTES | | RIESGOS | |
| ✓ | Impuestos o aranceles a la maquinaria, insumos y materia prima provenientes del exterior. | ✓ | Competencia desleal por el contrabando. |
| ✓ | Ausencia de créditos suficientes y blandos. | ✓ | La actual crisis económica que atraviesa el país; por falta de liquidez monetaria. |
| ✓ | Débil cultura de consumo. | ✓ | Incremento de los costos de los insumos. |
| ✓ | Exigencia de permisos y trámites para funcionamiento, que hacen complejo el camino a la existencia legal de la microempresa. | ✓ | Nuevas cargas tributarias. |
| | | ✓ | Política salarial no correcta. |
| | | ✓ | Existencia de nuevos competidores. |
| | | ✓ | Creación de nuevas tecnologías que desvalorizan las actuales. |

1.9.1 Cruces estratégicos.

Tabla 6. Cruces estratégicos

| ALIADOS-RIESGOS(A-R) | ALIADOS-OPORTUNIDADES(A-0) |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ El producto ofrecido será elaborado con la mejor calidad y se mostrará originalidad; una presentación diferente ya que será elaborado tomando en cuenta la opinión del cliente. ✓ Existe el riesgo de que el producto no se venda de inmediato al iniciar la actividad comercial porque aun la empresa no se ha dado a conocer sin embargo, la empresa sería ubicada en un área en la que haya fácil acceso tanto de clientes como de proveedores. ✓ También existe el problema de no vender lo planificado al inicio pero se conoce que las mujeres evangélicas al encontrar el producto de calidad y con moda actual tienden a comprar en mayor cantidad lo que para la empresa puede ser beneficioso pues se presentarán productos excelentes. ✓ La economía actual es muy inestable algo que no es controlable, sin embargo también tenemos la oportunidad de ampliar el capital y tener dinero de reserva gracias a las alianzas con entidades financieras y posibles inversionistas. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ El constante apoyo e incentivos a la producción nacional ecuatoriana ya que estos influyen en el cambio a la matriz productiva, existe gran motivación a tal punto de poder elaborar trabajos que puedan venderse en amplios mercados. ✓ La tecnología mejorará la productividad y gracias a la posibilidad de acceder a créditos será posible obtener maquinaria con tecnología avanzada que ayude a permita un alto nivel de calidad. ✓ Las formas de distribución y la ubicación de la empresa minimizan costos y maximizan ventas. ✓ Se puede captar más clientes realizando publicidad a través de la tecnología, mejorando la comunicación cliente-empresa y minimizando costos, gastos y obteniendo respuestas a tiempo real. . ✓ Tenemos un ambiente donde hace falta plazas de trabajo gracias a esta oportunidad de negocio se puede generarlas. ✓ La existencia de inversionistas que ofrecen apoyo económico para el desarrollo y ofrecer fuentes de trabajo, permiten un desarrollo productivo y mejoramiento del sistema económico. ✓ La existencia de canales de distribución están aliados a la ubicación de la empresa, lo que representa una oportunidad de desarrollo económico y minimizar costos y gastos. |

| OPONENTES-OPORTUNIDADES (O-O) | RIESGOS-OPORTUNIDADES(R-O) |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Es importante el desarrollo de las industrias en el país al implementar este proyecto se amplían las posibilidades de cambio. ✓ La exigencia de trámites y permisos de funcionamiento pueden retardar el desarrollo y la implementación del negocio pero son trámites necesarios, con los que el gobierno propiciará el desarrollo económico de la población. ✓ A pesar de tener un pequeño capital este podría verse favorecido gracias a los incentivos que proporciona el gobierno para los emprendimientos, pudiendo acceder a diferentes tipos de créditos con líneas preferenciales. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ante el incremento de costos en los insumos se puede tomar medidas de precaución y prevención, comprando insumos en mayores cantidades para contingencias. ✓ La oportunidad de negocio ofrece ampliar fuentes de trabajo, mejorar la calidad de vida de muchos otavaleños ya que les permitirá obtener ganancias de la comercialización de los productos. |
| <small>Elaborado por: La Autora Año: 2016</small> | |

1.10 Identificación de la oportunidad de negocio.

Después de la obtención de la información primaria y secundaria se procedió a analizar las variables políticas, económicas, sociales y ambientales de lo cual se pudo concluir que a pesar de la existencia de factores; que pueden afectar al normal desarrollo del proyecto, se destacan los aliados y oportunidades presentes, mismos que al ser aprovechados de manera eficiente; se minimizarían los riesgos identificados; potenciando las posibilidades de aprovechar la oportunidad de negocio.

CAPÍTULO II

2. Marco Teórico

2.1 Introducción

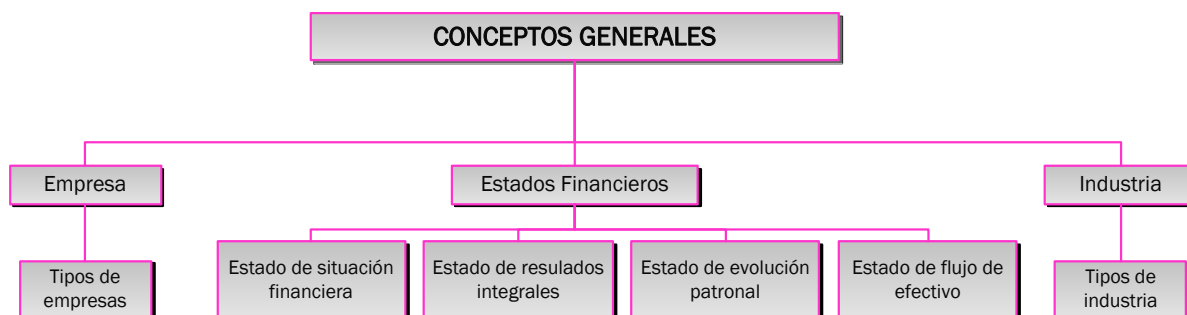
En este capítulo se abordarán concepciones indispensables de los términos relacionados con la elaboración del estudio de factibilidad tales como conceptos: generales, técnicos y financieros, esto ayudará a desarrollar la investigación, aprovechando de manera práctica la información que pueda producir el trabajo elaborado por diferentes autores de libros y linkografías; como base para el desarrollo del presente trabajo.

2.2 Objetivos

Estructurar bases teóricas y científicas con el uso de fuentes de investigación secundarias que permitan un conocimiento global, de manera que se obtenga alta confiabilidad en la elaboración del proyecto.

2.3 Conceptos generales

Ilustración 1. Diagrama de información conceptos generales



2.3.1 Empresa.

“Aquella entidad económica que, mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros, ubicados en una o más unidades técnicas-espaciales, proporciona bienes o servicios a cambio de un precio a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos predeterminados, estando su utilidad en capacidad que tiene para satisfacer una necesidad”(GONZALES & GANAHA, 2015, pág. 193).

2.3.1.1 Clasificación de la empresa.

“Clasificación de las empresas:

❖ *Actividad económica:*

- *Empresas del sector primario*
- *Empresas del sector secundario*
- *Empresas del sector terciario*

❖ *Constitución jurídica:*

- *Empresas individuales*
- *Empresas societarias*

❖ *Titularidad:*

- *Empresas privadas*
- *Empresas públicas*
- *Empresas mixtas*
- *Empresas de autogestión”*(VÉLEZ, 2013, pág. 226).

La empresa es un conjunto de recursos, sean estos económicos, financieros, humanos, técnicos, materiales con un fin en común y se pueden clasificar según la actividad que realicen,

titularidad y forma de constitución. La empresa realizará las actividades de producción y comercialización de ropa para mujeres evangélicas, ofreciendo productos para obtener recursos económicos en cuanto a la clasificación; es una organización privada, familiar y de constitución de persona natural.

2.3.2 Industria.

“Con origen en el vocablo latino industria, el concepto de industria hace referencia al grupo de operaciones que se desarrollan para obtener, transformar o transportar productos naturales, el término también se aprovecha para nombrar la instalación que se reserva a esta clase de operaciones y al conjunto de las fábricas de un mismo género o de una misma región”(PÉREZ&GARDEY, 2012, DEFINICION.DE, <http://definicion.de/industria/>).

2.3.2.1 Tipos de industrias.

- *“Industrias de bienes de equipo: Son las que transforman los productos semielaborados por la industria pesada en bienes y productos acabados.*
- *Industrias ligera o de bienes de uso y consumo: Elaboran productos destinados al consumo directo. Rasgos principales:*
- *Industria alimentaria.*
- *Industria automovilística.*
- *Industria química ligera.*
- *Industria Electrónica e informática”*(CABRERA, 2013, Insidleshare, <http://es.slideshare.net/leonelacarmen/la-industria-y-sus-tipos>).

Una industria se podría definir como una de empresa que realiza actividades; en las que transforman material y lo cambian a producto disponible para la venta o comercialización; se puede poner como ejemplo a las empresas cuyo objetivo es la elaboración de ropa, telas, hilos,

todas estas realizan actividades que se relacionan entre sí por lo que pertenecen a un mismo grupo.

2.3.3 Normas internacionales de información financiera (NIIF).

“Las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) son las normas contables emitidas por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB, por sus siglas en inglés) con el propósito de uniformizar la aplicación de normas contables en el mundo, de manera que sean globalmente aceptadas, comprensibles y de alta calidad. Las NIIF permiten que la información de los estados financieros sea comparable y transparente, lo que ayuda a los inversores y participantes de los mercados de capitales de todo el mundo a tomar sus decisiones”(SEGURA, 2013, pág. 22).

Las NIIF permiten presentar una información clara, confiable y razonable; utilizando un lenguaje generalizado para contabilizar los activos, pasivos y patrimonio de manera que sea posible la comparación de Estados Financieros tanto a nivel nacional como internacional. Las NIIF se consideran parte del proyecto porque ayudarán a desarrollar los estados financieros proyectados además estas normas establecen bases para contabilizar de manera razonable.

2.3.4 Estados financieros.

“Los estados financieros deben considerarse como un medio para comunicar información y no como un fin; su objetivo es proporcionar información sobre la situación financiera, los resultados de las operaciones, los flujos de efectivo y el movimiento en el capital contable de una entidad”(RODRÍGUEZ, 2012, pág. 4).

Los estados financieros son un conjunto de documentos cuyo objetivo es proporcionar información económica y financiera de una empresa, entidad cualquiera que sea la actividad

realizada, estos deben ser presentados de manera comprensible y razonable de manera que quien tome estos documentos pueda comprender la información revelada.

2.3.4.1 Estado de situación financiera.

“El estado de situación financiera muestra de manera concreta la situación de la empresa en una fecha determinada. Ilustra la relación entre propiedades, inversiones, derechos y la forma como fueron financiados, ya sea con recursos de fuentes externas o con recursos propios”(MENDOZA, ORTIZ & OLSON, 2016, pág. 43).

2.3.4.2 Estado de flujo de efectivo o de flujo de caja.

“El flujo de efectivo “es un estado financiero básico que muestra el efectivo generado y es utilizado en las actividades de operación, inversión y financiación. Para el efecto debe determinarse el cambio en las diferentes partidas del estado de situación financiera que inciden en el efectivo”. El objetivo del flujo de efectivo es, básicamente, determinar la capacidad de la empresa para generar el efectivo con el cual pueda cumplir con sus obligaciones y con sus proyectos de inversión y expansión”(MENDOZA, ORTIZ & OLSON, 2016, pág. 60).

2.3.4.3 Estado de evolución patrimonial.

“El estado de cambios en el patrimonio muestra en forma detallada los aportes de los socios y la distribución de las utilidades obtenidas en un periodo, además de la aplicación de las ganancias retenidas en periodos anteriores. También muestra por separado el patrimonio de una empresa y muestra la diferencia entre el capital contable (patrimonio) y el capital social (aportes de los socios)”(MENDOZA, ORTIZ & OLSON, 2016, pág. 58).

2.3.4.4 Estado de resultados integrales.

“Denominado también estado de ganancias y pérdidas o estado de rentas y gastos, es el estado financiero que muestra cómo se han generado los ingresos y cómo se han causado los gastos, así como la utilidad o pérdida resultante de las operaciones de la empresa durante un periodo de tiempo determinado. Es acumulativo, es decir, resume las operaciones de una empresa desde el primero hasta el último día del periodo contable. Este estado financiero mide el resultado de los logros alcanzados y de los esfuerzos realizados mediante la determinación de la utilidad o pérdida obtenida en un periodo determinado, relacionando los elementos que le dieron”(MENDOZA, ORTIZ & OLSON, 2016, pág. 54).

El estado de situación financiera es un documento cuyo objetivo es demostrar de manera didáctica, al inicio o fin del periodo contable los datos financieros, es indispensable puesto que toda empresa, necesita tener información concreta y ordenada; así se puede ver el desarrollo o avance de la organización.

El estado de evolución patrimonial es parte de la información a revelar que permite al usuario de los estados conocer cuáles fueron los aportes de los socios demostrando el capital y las ganancias obtenidas en el año.

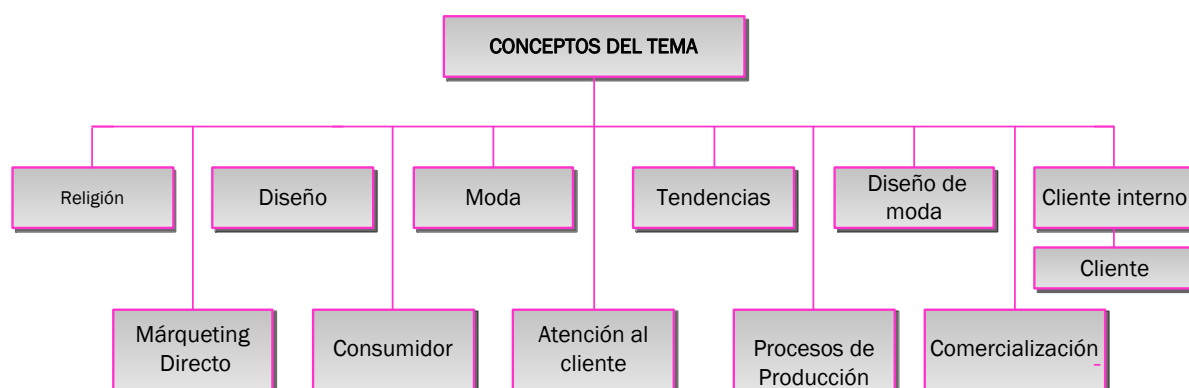
El estado de efectivo o de flujo de caja muestra la liquidez que maneja la empresa y la capacidad que tiene ésta para generar efectivo, este estado financiero es base fundamental para el análisis.

El estado de resultados revela información detallada de las actividades que la empresa realizó durante todo el periodo contable; éste define de dónde y cuánto es lo que se obtuvo, aquí se puede determinar si fue un periodo exitoso o no.

En el proyecto se realizarán los Estados Financieros proforma ya que se elaborarán proyecciones futuras, que ayudarán a establecer datos cuantitativos, que permitan al inversionista tomar decisiones convenientes.

2.4 Conceptos del tema

Ilustración 2. Diagrama de información conceptos del tema



Elaborado por: La Autora
Año: 2016

2.4.1 Religión.

“Si entendemos a la religión como la combinación de creencias y prácticas que tratan de dar coherencia a la totalidad de la experiencia humana”(MENDIETA, 2012, pág. 22).

La religión más que una manera de vivir o conjunto de creencias es parte indispensable en la vida; representa la necesidad de profesar y creer en un ser poderoso superior y sobrenatural que protege y defiende a las personas de manera que estas puedan sentir seguridad, paz, amor, fe, armonía y para retribuir todas las bondades de este ser supremo, adoptan ciertas formas de vivir; por esto es importante el conocimiento de dicho concepto pues el segmento de mercado al que va dirigido el proyecto tiene una manera de vivir diferente; con características únicas. En el mundo existen 4200 religiones; todas tienen diferentes creencias, el proyecto estará

dirigido a personas pertenecientes a la iglesia protestante o evangélica cuyas mujeres visten diferente.

2.4.2 Moda.

“La moda puede ser definida como un mecanismo que regula las elecciones de las personas ya que, por una especie de presión social, indica a la gente qué debe consumir, utilizar o hacer. La moda se convierte en un hábito repetitivo que identifica a un sujeto o a un grupo de individuos. Puede reflejarse en ciertos objetos o aspectos visibles (ropa, peinados, etc.), pero también en modos de actuar y comportamientos (escuchar un estilo de música, acudir a un cierto restaurante, ir de vacaciones a determinado destino)”(PÉREZ & MERINO, 2013, DEFINICION.DE, <http://definicion.de/moda/>).

La moda es un estilo que se da de acuerdo a la época en la que estamos, influye mucho en la elección de cualquier tipo de objeto que puedan acceder las personas especialmente los jóvenes y adolescentes; la mayoría de personas buscan estar actualizados, de manera que se puede catalogar la moda casi como una necesidad.

2.4.2.1 Tendencias.

“La tendencia es una corriente o preferencia hacia determinados fines. Una tendencia es un estilo o una costumbre que deja una huella en un periodo temporal o en un sitio. En la década del 60, por ejemplo, la tendencia marcaba el uso de ropa muy colorida, con grandes estampados y pantalones Oxford (también conocidos como pata de elefante)”(PÉREZ & GARDEY, 2013, DEFINICION.DE, <http://Definicion.De/Tendencia/#Ixzz4od45yzso>).

Una tendencia es una propuesta creativa, innovadora, que causa impacto en relación al diseño, forma o color dando preferencia al producto que se exhibe o promociona, la tendencia

se convierte en moda, se la puede denominar como una “Idea Innovadora” lo que le hace más aceptable al producto, de manera que los posibles clientes deciden comprar.

2.4.3 Diseño y moda (diseño de moda).

“Diseño: Del italiano disegno, la palabra diseño se refiere a un boceto, bosquejo o esquema que se realiza, ya sea mentalmente o en un soporte material, antes de concretar la producción de algo. El término también se emplea para referirse a la apariencia de ciertos productos en cuanto a sus líneas, forma y funcionalidades”(PORTO & MERINO, 2012, DEFINICION.DE, <http://definicion.de/disenio/#ixzz4Omu64E5x/>).

“Moda: moda es un uso o costumbre que está en boga en determinada región durante un cierto periodo. Se trata de una tendencia adoptada por una gran parte de la sociedad, generalmente asociada a la vestimenta”(PORTO & MERINO, 2012, DEFINICION.DE, <http://definicion.de/moda/>).

Al diseño de moda se lo puede considerar como la creación o forma que tendrá el producto de acuerdo a las tendencias que luego se convertirán en moda, por supuesto poniendo el toque de originalidad y distinción que hace el producto agradable a la vista y que atrae a los clientes.

2.4.4 Comercialización.

“La comercialización es el conjunto de acciones encaminada a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones y actividades realizadas por organizaciones empres e incluso grupos sociales”(HOYO & APARICIO, 2014, pág. 29).

La comercialización es la acción de vender o colocar un producto o servicio en el mercado, para a través de esto obtener beneficios económicos que retribuyan a la inversión y que demuestren una utilidad, esta actividad la pueden realizar empresas y personas en forma individual. La empresa comercializará productos por lo que esta base teórica es necesaria.

2.4.5 Directo.

“El Directo “consiste en las conexiones directas con consumidores individuales seleccionados cuidadosamente, a fin de obtener una respuesta inmediata y de cultivar relaciones duraderas con los clientes”(CIALLELLA, 2016, pág. 18).

Es el conjunto de herramientas que permite perfeccionar la comercialización de los productos o servicios, así captar la mayor parte de clientes maximizando las ventas, el puede ser una parte constructiva en la empresa.

2.4.6 Consumidor.

“Muchos autores aseveran que el “consumidor” es la persona que compra para satisfacer una necesidad, pero otros plantean que es un tipo de “muñeco de trapo” al que es posible manipular con base en el conocimiento acerca de sus carencias y necesidades de producto. Así, el publicista descubre tales necesidades y el productor les da estructura y las satisface, de acuerdo con las posibilidades de compra del cliente potencial. Entonces, es factible definir al consumidor como una persona que presenta ante el mercadólogo sus deseos y necesidades”(SANGRI, 2014, pág.23).

El consumidor en pocas palabras es la persona que utilizará el producto, puesto que no siempre quien compra es la persona que lo utiliza, es importante destacar la diferencia entre cliente y consumidor; si bien es cierto el cliente es parte de la empresa pero el consumidor es realmente el objeto de estudio para el desarrollo de las características que deberá poseer el producto que la empresa va a producir y comercializar.

2.4.7 Cliente.

“Los clientes son los participantes más importantes .El objetivo de toda red de entrega de valor consiste en servir a los clientes meta y crear relaciones sólidas con ellos .La empresa

podría atender a uno o a los 5 tipos de mercados de clientes. Los mercados consumidores consisten en individuos y hogares que compran bienes y servicios para el consumo personal. Los mercados de negocios adquieren bienes y servicios para su procesamiento industrial, o para utilizarlos en los procesos de producción, mientras que los mercados de distribuidores compran bienes y servicios para revenderlos a cambio de una ganancia. Los mercados del sector público compran bienes y servicios para dar servicios público o transferirlos a quienes los necesiten y mercados internacionales son los que se transfieren a otros países”(ARMSTRONG & KOTLER, 2013, pág. 45).

El cliente es la razón de ser de toda empresa, parte fundamental e indispensable, puesto que los esfuerzos de trabajo y ventas se remiten a desarrollar un producto cuyo único objetivo es satisfacer las necesidades de los clientes, todo esto tomando en cuenta los gustos y preferencias, el segmento de mercado al que se encuentra dirigido el proyecto busca un producto diferente, el mercado al cual se dirige este proyecto es el mercado consumidor.

2.4.8 Atención al cliente.

“Es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, y por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes”(Citado en PÉREZ, 2007 & LÓPEZ, 2013, pág.6).

Muchas empresas definen la atención al cliente como la forma de dirigirse al mercado meta; sin embargo con lleva varios aspectos, presentación del vendedor, empaque del producto, la decoración del lugar de comercialización, la paciencia, amabilidad, todos estos factores incorporan una buena atención, el cliente debe llevarse un producto de calidad y un excelente servicio, de esta manera se puede ganar su fidelidad.

2.4.9 Procesos de producción.

“Un proceso de producción es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos. De esta manera, los elementos de entrada (conocidos como factores) pasan a ser elementos de salida (productos), tras un proceso en el que se incrementa su valor”(PÉREZ & GARDEY, 2011, DEFINICION.DE, <http://definicion.de/proceso-de-produccion/>).

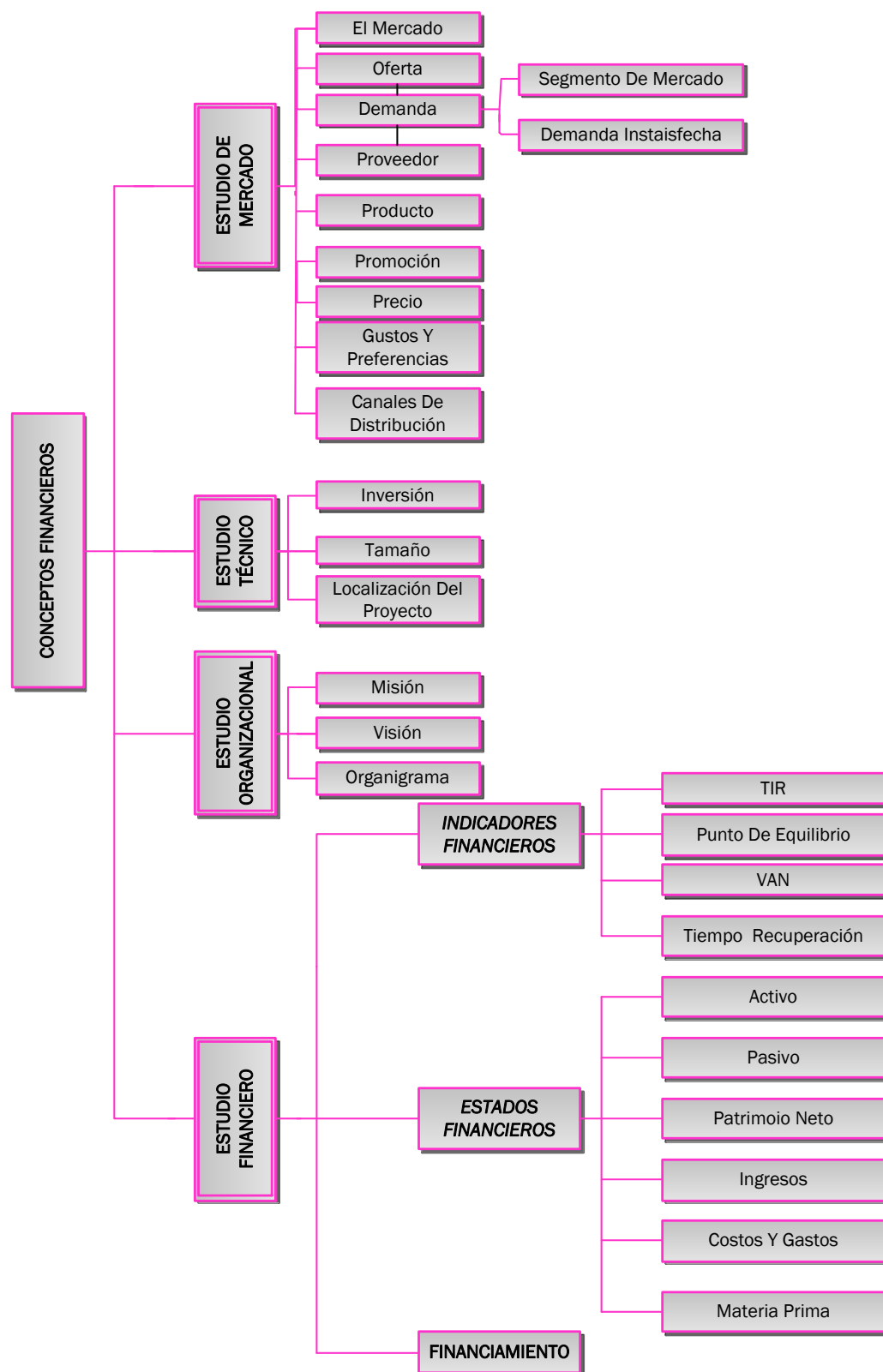
El proceso de producción es una serie ordenada, sistemática de pasos que permiten llegar a un fin llamado producto, en el caso de la empresa que se creará tendrá una serie de procesos para producir de manera ordenada, se tendrá el proceso de diseño, corte ,unión, confección, terminado y empaquetado.

2.4.9.1 Cliente interno.

“El cliente es aquel empleado de la empresa que necesita un bien o un producto o servicio de la misma empresa”(TARODO, 2014, pág. 164).

En lo que respecta a producción, la empresa manejará una serie de procesos, dentro del entorno productivo, requiriendo como producto el resultado de cada proceso así aparece los denominados clientes internos en la empresa.

Ilustración 3. Diagrama de información conceptos financieros



2.5 Conceptos financieros

2.5.1 Estudio de factibilidad.

“La etapa que perfecciona la alternativa recomendada generalmente con base en a información recolectada .es el nivel más profundo, conocido como el proyecto definitivo o proyecto simplemente. Contiene básicamente toda la información del proyecto pero aquí son tratados puntos más finos la factibilidad está enfocada al análisis de la alternativa más atractiva estudiada en la pre factibilidad”(CORDOBA, 2011, pág. 12).

El estudio de factibilidad es una investigación que sirve para realizar análisis que permitan tomar decisiones, de esta manera el inversionistas sabe si la implementación del proyecto podría dar beneficios económicos, este estudio promete dar más confiabilidad antes de ejecutar el proyecto de inversión.

2.5.1.1 Estudio de mercado.

“En este estudio se pretende determinar el lugar que ocupa un bien o un servicio en el mercado específico, es decir, se analizan las necesidades de los consumidores bien sea en una ciudad, en una región, en el país o en el mundo”(DÍAZ, PARRA & LÓPEZ, 2012, pág.41).

El estudio de mercado es la parte del estudio de factibilidad, en la cual se determina si existe o no un mercado insatisfecho, mismo que puede estar interesado en comprar el producto que la empresa elaboró; es decir determinará la viabilidad del proyecto.

2.5.1.1.1 El mercado.

“Los mercados son aquellos en los que se intercambian bienes y servicios. Las economías domésticas demandan bienes y servicios para su consumo que son ofrecidos por las empresas. Las economías domésticas hacen frente al pago de los bienes y servicios con las rentas

obtenidas por haber ofrecido sus factores”(LLORCA, FERNÁNDEZ & LOBATO 2016, pág. 33).

El mercado es el lugar en el cual transitan oferentes y demandantes libremente ,es donde ocurren todos los acontecimiento de intercambio de bienes y servicios ,el proyecto tiene un especial interés por abordar el tema del mercado y todos los componentes que son oferta, demanda, precio, plaza, producto, porque es una empresa no solo productora sino también comercializadora.

○ ***Oferta***

“Se entiende por oferta la cantidad de un bien que las empresas productoras están dispuestas a producir en una unidad de tiempo. En primer lugar e igual que la demanda tiene una gran influencia el precio del bien que se oferta. Mayor sea el precio mayor será la cantidad ofertada y mientras sea menor el precio menor será la cantidad ofertada”(HOYO & APARICIO, 2014, pág. 22)

La oferta es un conjunto de bienes o servicios que una empresa produce, para comercializar en el mercado; la oferta también es la producción total de la organización. Para la organización será necesario el conocimiento y cálculo de cantidad a producir de acuerdo a la capacidad de producción que tiene la misma y la demanda insatisfecha.

○ ***Demanda***

“Se entiende por demanda la cantidad de un bien que los consumidores están dispuestos a adquirir en una unidad de tiempo. La demanda de un bien depende, en primer lugar, de su precio. Y en función de esta dependencia entre cantidad demandada de un bien y el precio de ese bien, fácil de percibir una correlación inversa o decreciente: cuando el precio desciende,

la demanda aumenta, y cuando el precio aumenta, la demanda desciende”(HOYO & APARICIO, 2014, pág. 16).

La demanda es el número y la cantidad de personas que van a adquirir el producto ofrecido en el mercado, responde a las preguntas: quienes van a comprar, cuanto comprarán, cuanto tendré que producir, será realizado un análisis en el que se podrá elaborar un cálculo del cual se sabrá si hay demanda para el producto y en qué cantidad.

- ***Segmento de mercado***

“El segmento de mercado es un grupo de consumidores que muestran el mismo comportamiento en el mercado. Se trata de una segmentación mercadológica la cual tiene un fin triple:

- ❖ *Creación de productos.*
- ❖ *Conocimiento de los mercados (potenciales y Reales)*
- ❖ *Adaptación de las variables de la mezcla a los segmentos*”(VAN LAETHEM, 2014, pág. 52).

El segmento de mercado es un conjunto de personas que tienen en común varias características y exigencias, al momento de adquirir un bien o servicio; en este caso se ha segmentado el mercado meta de acuerdo a las necesidades gustos y preferencias en prendas de vestir, el mercado al cual se dirigirá el proyecto es la razón de ser del mismo.

- ***Demanda insatisfecha***

“Se llama Demanda Insatisfecha a aquella Demanda que no ha sido cubierta en el Mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el Proyecto; dicho de otro modo, existe Demanda insatisfecha cuando la Demanda es mayor que la Oferta”(VÁSQUEZ, 2014, Script; <https://es.scribd.com/doc/63155301/Demanda-insatisfecha>).

La demanda insatisfecha es parte del mercado, donde se encuentran los potenciales clientes a quienes el mercado actual aún no ha desarrollado producto que cubra las necesidades, este es el segmento al cual la empresa dirigirá sus esfuerzos de comercialización de existir este segmento de mercado se podrá demostrar la necesidad no satisfecha y la posibilidad de éxito para la empresa.

○ **Proveedor**

“Proveedor es la persona o empresa que abastece con algo a otra empresa o a una comunidad. El término procede del verbo proveer, que hace referencia a suministrar lo necesario para un fin Es importante establecer que básicamente existen dos tipos claramente diferenciados de proveedores. Por un lado, están los de bienes, que son los que aportan, venden y surten de objetos o artículos tangibles. Por otro lado, están los de servicios que, como su propio nombre indica, no ofrecen algo material sino una actuación que permite que sus clientes puedan desarrollar su actividad con total satisfacción. Es decir, se conoce como proveedor de servicios a la empresa que presta”(VAN LAETHEM, DEFINICIÓN.DE, 2014, <http://definicion.de/proveedor/#ixzz4OdmBZCH9>).

Los proveedores son personas y organizaciones que venden materia prima que serán necesarios para el desarrollo del producto, para la confección de las prendas de vestir es indispensable contar con proveedores de materia prima, insumos, hilos, telas, maquinaria por lo tanto se debe estudiar la negociación con los proveedores puesto que es parte importante en el desarrollo de la empresa.

○ **Canales de distribución**

“El tema de los canales de distribución reviste gran importancia, ya que es el medio del que se vale el fabricante para poner sus productos al alcance de los consumidores o los usuarios industriales”(SANGRI, 2014, pág. 67).

Los canales de distribución son los mecanismos por los cuales la empresa desea comercializar los productos que fabricó. La empresa buscará mecanismos para comercializar su mercadería, tratando de minimizar costos y maximizar ganancias, sin afectar a la calidad del producto.

- **Producto**

“Definimos un producto como algo que puede ser ofrecido a un mercado para su atención, adquisición uso o consumo y que podría satisfacer un deseo o una necesidad, los productos incluyen más que solo los objetos tangibles como automóviles, tarjetas, teléfonos celulares. En una definición más amplia, entre productos también se incluyen servicios, eventos, personas, lugares, organizaciones, ideas o mezcla de éstos”(ARMSTRONG, KOTLER, 2013, pág. 45).

Un producto es el resultado de la transformación de la materia prima en un objeto terminado o elaborado que se lleva al mercado meta; se ofrecerá mercadería con un valor agregado.

- **Promoción**

“Consisten en una gran cantidad de elementos diseñados para motivar a los consumidores a comprar en el corto plazo. A diferencia de la publicidad, no actúa sobre la actitud de las personas, sino sobre su conducta. Es decir, representan un incentivo, valor agregado o plus que se le da al consumidor para que compre ya”(CIALLELLA, 2016, pág.31).

La promoción es una forma de atraer clientes, algunas veces puede presentar esto como un valor agregado o algo adicional, puesto que son las más efectivas, en esta empresa será de importante la observancia de dicho concepto.

- **Precio**

“El precio se lo define como la manifestación en valor de cambio de un bien expresado en términos monetarios, o como la cantidad de dinero q es necesario entregar para adquirir un bien”(CÓRDOVA, 2011, pág. 77).

El precio es el valor monetario que se le da a un bien o servicio y como se conoce será vendido un producto, para obtener beneficios económicos.

- **Gustos y preferencias de los clientes**

“Son todos los elementos subjetivos debidos a influencias culturales, sociales, e históricas que afectan a la demanda de un bien. Los cambios en los gustos o preferencias también ocasionan desplazamientos en la curva de demanda, estos pueden producirse espontáneamente o también pueden ser debidos a campañas publicitarias. Las campañas publicitarias suelen tener por objetivo aumentar la demanda de un bien, pero también hay campañas que buscan reducir la demanda, como, por ejemplo, las destinadas a la reducción del consumo de tabaco, o aquellas que buscan concienciar a los ciudadanos en un uso responsable de la energía, los combustibles o el agua. Estas medidas, si tienen éxito, conllevan una reducción de la demanda, lo que gráficamente supone un desplazamiento hacia la izquierda de dicha curva”(LLORCA & FERNÁNDEZ, 2016, pág.78).

Son los factores de decisión que serían tomados en cuenta, antes de la adquisición de un bien o servicio, es decir especificaciones y características del producto; sea cual sea el factor que hace parte importante de la elección del producto será de suma importancia la observancia del actual concepto porque ayuda a tener una relación más unida al cliente.

2.5.1.2 Estudio técnico.

“El estudio técnico o de viabilidad técnica busca determinar si es físicamente posible hacer el proyecto. El objeto del estudio técnico hace referencia dentro de la viabilidad económica de un de un proyecto es netamente financiero. Es decir calcula los costos, las inversiones y beneficios derivados de los aspectos técnicos o la ingeniería del proyecto. Para ellos este estudio busca determinar las características de la composición óptima de los recursos que harán que la producción de un bien o servicio se logre eficaz y eficientemente”(SAPAC, 2011, pág. 1, 2,3).

Este es parte del estudio de factibilidad, permite medir el tamaño del proyecto, y está estrechamente relacionado con la operatividad y la funcionalidad del proyecto, se constituyen los requerimientos para establecer la planta de producción, así en este punto se toma en cuenta los recursos materiales, tecnología, personal a contratar, materia prima cantidad necesaria para invertir, aquí se elabora un análisis calculando la capacidad de producción e inversión.

○ **Inversión**

“El término de inversión se refiere a las erogaciones o flujos negativos que ocurren al comienzo de la vida económica de un proyecto y que representan desembolsos de efectivo para la adquisición de activos de capital tales como terrenos, edificios, maquinarias y equipos. Es importante destacar que deben incluirse los costos de transporte y de instalación relacionados. Así mismo se deben incluir parte de las inversiones los incrementos en el capital de trabajo de la empresa causados por el proyecto”(MARÍN, MONTIEL & KETELHÖHN, 2014, pág. 58).

La inversión es el monto de dinero necesario para el desarrollo y ejecución del proyecto. Se pretende establecer una empresa en la cual se invertirá en construcción del edificio, se comprará

tecnología, maquinaria, insumos para la producción, por esto se hace necesario la investigación de esta base teórica.

○ **Localización**

“La localización es otro tema del estudio técnico de proyecto. El estudio de la localización consiste en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas de localizaciones con el fin de buscar el lugar propicio en que la resultante de estas fuerzas produzca la máxima ganancia o el mínimo costo unitario”(PÉREZ & MIGUEL, 2012, pág. 37).

La localización del proyecto es el mejor lugar donde se pueda ubicar la planta de producción; es decir elegir un lugar estratégico que permita tener proveedores, clientes y recursos de manera que se pueda maximizar ingresos y minimizar costos.

○ **Tamaño del proyecto**

“El tamaño es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el periodo de funcionamiento”(ROJAS, 2007, pág. 23).

“Se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes, año, dependiendo del tipo de proyecto q se está formulando”(CORDOBA, 2011, pág. 107).

El tamaño es la medida en que se puede fabricar bienes o servicios, esto de acuerdo a la planta y recursos que posee. En el estudio técnico será calculado el tamaño del proyecto y servirá para conocer la cantidad de productos que se puede elaborar.

2.5.1.3 Estudio administrativo u organizacional.

“En el estudio organizacional se define el marco formal: el sistema de comunicación y los niveles de responsabilidad y autoridad de la organización, necesaria para la puesta en marcha

y ejecución de un proyecto. Incluye organigramas, descripción de cargos y funciones y los gastos administrativos necesarios para el posterior estudio económico y financiero”(SÁNCHEZ, 2014, pág. 89).

Este estudio es aquel que demuestra la personalidad de la empresa, es importante porque permite establecer formalidades, jerarquías, recurso humano calificado necesario para el correcto y ordenado funcionamiento de la empresa.

2.5.1.3.1 Misión.

“La palabra visión proviene del latín vissio y según el diccionario Anaya de la lengua “es la actividad u obra que una persona o colectividad se siente obligada a llevar a cabo”(BELASTEGUIGOITIA, 2012, pág. 178).

La misión es el objetivo que desea conseguir la organización, en otras palabras es el fin para el cual fue creada la empresa.

2.5.1.3.2 Visión.

“Es la declaración que señala a donde se quiere llegar como comunidad en un tiempo determinado.es el lazo que une el presente y el futuro .Es el sueño que aspiramos para estar bien todos y todas, lo que imaginamos y esperamos de nuestro futuro”(PÉREZ & RAMÍREZ, 2012, pág. 55).

La visión es una proyección futura; es una meta que se desea alcanzar dentro de un plazo que se establece como periodo de vida útil del proyecto

2.5.1.3.3 Organigrama.

“Es un gráfico que representa los diversos cargos y que definen las relaciones de autoridad y poder dentro de la organización. Este instrumento permite determinar los cambios en las organizaciones producidas por la operación del proyecto”(BELMONTE, 2013, pág. 112).

Es una expresión gráfica que permite jerarquizar de manera clara y comprensible los mandos en la empresa, para el estudio financiero será elaborado el organigrama; existen dos tipos de organigramas el estructural y funcional.

2.5.1.4 Estudio financiero.

“Corresponde a la última etapa de formulación del proyecto y recoge y cuantifica toda la información proveniente de estudios de mercado, estudio técnico y estudio organizacional .las etapas mencionadas son secuenciales, lo que indica que se deben realizan en estos órdenes”(MEZA, 2013, pág. 29).

El estudio financiero es un conjunto de elemento de medición que en base a los estudios anteriores, permite conocer si el proyecto dará beneficios a largo plazo. En este se elaboran proyecciones utilizando como base la condición estable del mercado, este estudio se elaborará para desarrollar criterios de decisión en la ejecución del proyecto.

2.5.1.4.1 Financiamiento.

“El emprendedor debe saber que cuenta con recursos necesarios para financiar las operaciones del negocio, suponiendo que no deseen ningún tipo de crédito .en consecuencia debe identificar:

- *Su activo y pasivo*
- *recursos a utilizar ,cuando los ingresos sean inferiores a los gastos*
- *Activos que podría realizar para financiar la empresa*
- *Otros datos susceptibles de aprovechar, capacidad crediticia, póliza de seguros de vida, acciones.*

Así tenemos fuentes de financiamiento interno que es propio del dueño de la empresa.

Fuentes de financiamiento externo que pueden ser crédito bancarios, créditos en entidades financieras comerciales, acceso a bonos del estado, etc”(PALACIOS, 2012, pág.67).

Las fuentes de financiamiento son proporcionadas por entidades o personas que podrán ayudar con parte del capital, dependiendo del tipo de inversión que la organización utilice; en este caso la empresa tendrá financiamiento mixto parte de fuentes internas y otra de fuentes externas; puesto que la cantidad necesaria de recursos económicos será bastante grande.

2.5.1.4.2 Indicadores financieros.

“A la hora de analizar la conveniencia o no de realizar un proyecto de inversión, es necesario utilizar ciertos indicadores financieros que nos permiten tomar una decisión objetiva. Estos indicadores nos dicen si el proyecto es viable o no cabe destacar que no es lo mismo un evaluador que un indicador puesto que el primero hace referencia a datos estimados mientras que el segundo a datos”(WANDEN, BERGHE & LOZANO, 2012; pág. 61).

Los indicadores financieros son aquellos que permiten establecer análisis a partir de un balance mientras que los evaluadores financieros permiten medir las proyecciones establecidas en cualquier tipo de proyecto y conocer la confiabilidad de mismo permitirá conocer si el proyecto será viable, ayuda al inversionista a tomar decisiones acertadas y disminuyen considerablemente la incertidumbre.

2.5.1.4 .2.1 TIR.

“Mide la rentabilidad como porcentaje; se define como la tasa de interés con la cual el valor actual neto es igual a cero”(BELMONTE, 2013, pág. 33).

La tasa interna de retorno es la tasa de rendimiento mínimo que debe proporcionar una inversión; cuando el valor actual neto es igual a cero significa que no hay ganancia ni pérdida, ayuda a evaluar el desarrollo y tomar una decisión acerca de la inversión futura.

2.5.1.4 .2.2 VAN.

“El valor actual neto(VAN), es el método más conocido, mejor y más generalmente aceptado por los evaluadores de proyectos .Mide el excedente resultante después de obtener la rentabilidad deseada o exigida y después de recuperar toda la inversión, para ellos se calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer periodo de operación, y le resta la inversión total expresada en el momento0.si el resultado es mayor que cero ,mostrara cuanto se gana con el proyecto, después de recuperar la inversión ,por sobre la tasa de retorno que se exigía al proyecto; si el obtener después de recuperar el capital invertido ; si el resultado es negativo muestra la inversión .Cuando el VAN es negativo el proyecto puede tener alta rentabilidad pero el valor será inferior a la exigida en algunos casos ,el VAN negativo indicara ,que además que nos e obtiene rentabilidad, parte o toda la inversión no se recupera”(SAPAC, 2011, pág. 300).

El valor actual neto (VAN) es un indicador a través del tiempo la rentabilidad de la inversión cuando éste es igual a cero significa que no se ha ganado nada en el transcurso del tiempo, sin embargo se ve la recuperación de la inversión; en el estudio financiero se tomará como base el cálculo del valor actual neto para la toma de decisiones.

2.5.1.4 .2.3 Periodo de recuperación.

“El periodo de recuperación o plazo de recuperación de una inversión es el tiempo que tarda en recuperarse la inversión inicial del proyecto .cuando los flujos netos de efectivo generados por el proyecto son iguales en cada periodo, el periodo de recuperación puede determinarse con la siguiente relación:

Periodo de recuperación

$$(PR)= I/R$$

Donde:

I= inversión inicial

R= flujo de efectivo neto anual”(MARÍN, MONTIEL & KETELHÖHN, 2014, pág. 208).

El periodo de recuperación es el tiempo en que se puede rescatar la inversión o capital invertido, nos muestra de manera práctica y sencilla la efectividad del proyecto, ayuda también a tomar decisiones y es precisamente para este objetivo que es necesario la investigación porque aporta y da confianza al posible inversionista.

2.5.1.4 .2.4 Punto de equilibrio.

“Es el punto de equilibrio económico indica cuantas unidades de un producto deben venderse para cubrir la totalidad de los costos fijos. Es el punto en el cual la contribución marginal cubre la totalidad de los gastos de estructura, es decir, que en él, no se gana ni se pierde. Este punto de equilibrio es el punto de equilibrio económico indica cuantas unidades de un producto deben venderse para cubrir la totalidad de los costos fijos”(CARRATALÁ & ALBANO, 2013, pág. 68).

El punto de equilibrio es un indicador financiero que muestra el momento en el cual existe la misma cantidad de productos ofrecidos y demandados.

El punto de equilibrio también puede darse en el momento en que los productores cubren sus costos y gastos sin perder, este se constituye en un dato importante para la toma de decisión de la inversión.

○ **Activo**

“Es un recurso controlado por la entidad resultado de sucesos pasados del cual se espera obtener beneficios económicos futuros”(NIIF,2012,IFRS,<http://www.ifrs.org/pages/default.aspx>).

○ **Pasivo**

“Es una obligación presente de la empresa, surgida a raíz de sucesos pasados, al vencimiento del cual y para cancelarla la entidad espera desprenderse de recursos que incorporan beneficios económicos” (NIIF,2012,IFRS,<http://www.ifrs.org/pages/default.aspx>).

○ **Patrimonio neto**

“Es la parte residual de los activos una vez deducido todos los pasivos” (NIIF,2012, IFRS, <http://www.ifrs.org/pages/default.aspx>).

○ **Ingresos**

“Un ingreso es el incremento de los activos o el decremento de los pasivos de una entidad, durante un periodo contable, con un impacto favorable en la utilidad o pérdida neta o, en su caso, en el cambio neto en el patrimonio contable y, consecuentemente, en el capital ganado o patrimonio contable, respectivamente”

(NIIF,2012,IFRS,<http://www.ifrs.org/pages/default.aspx>).

○ **Costos y gastos**

“El costo y el gasto es son decrementos de los activos o incrementos de los pasivos de una entidad, durante un periodo contable, con la intención de generar ingresos y con un impacto desfavorable en la utilidad o pérdida neta o, en su caso, en el cambio neto en el patrimonio contable y, consecuentemente, en su capital ganado o patrimonio contable respectivamente”

(NIIF, 2012, IFRS, <http://www.ifrs.org/pages/default.aspx>).

Los activos son recursos que pertenecen a la empresa, los que se obtuvieron en un tiempo pasado, que son utilizados de manera que generan ganancias conforme va pasando el tiempo.

Los pasivos son compromisos que adquiere la organización generados hace ya algún tiempo, que cuando caduque su vigencia se cancelarán con recursos de la entidad.

El patrimonio es la sumatoria de los activos restados todos los pasivos.

Costo se denomina al valor que relaciona directamente en la producción de un bien o servicio.

Gastos forman parte del proceso de producción sin embargo estos no se relacionan directamente con el bien y tiene diferente tratamiento contable que los costos.

Todos los términos activo, pasivo, patrimonio neto, costo, gasto serán utilizados en la elaboración del proyecto al momento de la presentación de los estados financieros.

- ***Materia prima***

“Constituyen todos los bienes, en estado natural o sobre los cuales se haya operado algún tipo de transformación, requeridos para la producción de un bien, que serán algo muy diferentes al de los materiales utilizados”(ZAPATA, 2015, pág. 47).

- ***Mano de obra***

“Toda empresa requiere del concurso (trabajo) del ser humano para realizar actividades comerciales, financieras e industriales, a cambio debe reconocer una remuneración justa, que es su costo”(ZAPATA, 2015, pág. 70).

- ***Costos indirectos de fabricación***

“Comprenden los costos naturales, semielaborados o elaborados de carácter complementario, así como servicios personales servicios públicos, servicios generales y otros insumos indispensables que ayudan a la terminación adecuada del producto final o de un lote

de bienes y servicios, mismos que están controlados por una hoja de costos”(ZAPATA, 2015, pág. 128).

Mano de obra es llamada también la fuerza de trabajo o recurso humano quien operará para obtener el producto final; se divide en mano de obra directa e indirecta, la diferencia de estas radica en la forma de contabilizar y la relación directa o indirecta con el producto final.

La materia prima; parte de los elementos que se relaciona directamente o indirectamente con el producto se lo adquiere de los proveedores, este material después de pasar por un largo procesos de transformación se convertirá en el producto final.

Costos indirectos de fabricación, en este grupo se establecen todos aquellos rubros que no están directamente relacionados con la elaboración del producto, sin embargo son parte del costo como: la mano de obra indirecta, materiales indirectos necesarios para la producción del bien pero no identificables fácilmente en el nuevo producto, estos temas tendrán directa relación al proyecto, puesto que serán mencionados al elaborar el estado de resultados.

CAPÍTULO III

3. Estudio de mercado

3.1 Introducción

El estudio de mercado es un proceso que permite obtener información para la toma de decisiones, estudia como parte fundamental el mercado y sus componentes. En este capítulo se abordarán todos los temas y elementos que conforman el mercado; permite la observancia y análisis de los consumidores, competidores, proveedores y distribuidores, variables de suma relevancia; ayudan a determinar si existe demanda insatisfecha a la cual dirigir los esfuerzos de confección, comercialización y las características específicas del producto, de manera que se pueda cubrir las expectativas de las posibles clientes. También permitirá tener una idea clara de cómo será la aceptación del producto en el mercado y finalmente ayudará al inversionista en la toma de decisiones.

3.2 Objetivo general

Realizar un estudio de mercado utilizando técnicas de investigación, estudiando variables como: oferentes, demandantes, precios, plaza, promoción y producto de manera que permita conocer la existencia de un segmento de mercado insatisfecho al cual se pueda dirigir los esfuerzos de comercialización.

3.2.1 Objetivos específicos.

1. Conocer la competencia actual en el mercado.
2. Identificar el mercado consumidor para establecer las características que el posible cliente busca en el producto.

3. Establecer la existencia de una demanda insatisfecha para tomar las decisiones acerca de la inversión, producción y comercialización.
4. Analizar los diferentes precios existentes en el mercado y cómo estos influyen en la compra.
5. Definir las características del producto.
6. Seleccionar las formas de comercialización para llegar a los consumidores

3.3 Matriz de investigación de mercado

Tabla 7. Matriz de investigación de mercado

| OBJETIVO | VARIABLE | INDICADORES | TÉCNICA | FUENTE |
|---|------------------|--|------------|-------------------|
| Conocer la competencia actual en el mercado. | OFERTA | Ubicación Marca Medios de pago ofrecidos al cliente y facilidades de pago Horarios de atención Capacidad de producción y comercialización Capacidad de negociación frente al consumidor | Entrevista | Competidores |
| Analizar el mercado consumidor para establecer las características más definidas que el posible cliente busca en el producto. | DEMANDA | Nivel de ingresos Lugar de compra Forma de pago usadas Frecuencia de compra Cantidad de compra Gustos y preferencias Factores de compra que influyen en los consumidores. | Encuesta | Consumidores |
| Analizar los diferentes precios existentes en el mercado y como esto influye en la compra. | PRECIOS | Precios de la competencia | Entrevista | Competidores |
| | | Descuentos que ofrecen los competidores según el volumen de compra Promociones de los competidores que ofrece a sus clientes. Percepción de los consumidores ante los precios de la competencia. | Encuesta | Consumidores |
| Estudiar las características del producto | PRODUCTO | Servicios adicionales de la competencia | Entrevista | Competidores |
| | | Gama de productos de la competencia Características Productos de preferencia | Encuesta | Consumidores |
| Analizar el Mercado | PLAZA | Geográfica Demográfica | Entrevista | Posibles clientes |
| Analizar las formas de comercialización para llegar a los consumidores | COMERCIALIZACIÓN | Medio de comunicación más escuchado Medios publicitarios utilizados por los competidores Lugar de compra deseado por los consumidores Medios Publicitarios | Encuesta | Consumidores |
| | | Poder de negociación de los clientes Tiempo de entrega de pedidos (COMPETENCIA) | Entrevista | Competidores |

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

3.4 Identificación del producto

Los productos que se ofrecerán son prendas de vestir, tales como faldas, vestidos, blusas y chaquetas que cumplan todas las características esenciales que requieren las mujeres evangélicas, mercadería elaborada con materiales de calidad, uno de los elementos diferenciadores es el diseño innovador y único con adornos en mullos, lentejuelas, adornos brillantes y flores. El producto mostrará variedad de tallas, con un acabado excelente.

3.4.1 Características.

Los productos tienen como destino un mercado que exige características específicas por lo cual se determina la fabricación de 4 tipos de prendas de vestir:

- **Blusas.** Deben ser sin escotes, de manga larga o tres cuartos.
- **Chaquetas.** Son elegantes en diferentes colores y texturas resaltando la belleza de las mujeres que adquieran el producto.
- **Faldas.** Presentan diversidad de diseños, a una medida mínima de 7 cm bajo de la rodilla como mínimo.
- **Vestidos.** Para el caso de los vestidos deben tener una altura igual a la de las faldas, con diseños conservadores y acordes a todo tipo de edades

Todos los productos elaborados mostrarán variedad de colores, diseños exclusivos y variados para todas las edades, acabados excelentes en todas las tallas, para exaltar la belleza de las mujeres de todas las iglesias.

3.4.2 Ventajas.

El mercado al cual está dirigido el proyecto es un segmento desatendido por lo que la creación de la empresa será un aporte importante para el desarrollo económico en el cantón; los productos poseen características y diseños que los hacen únicos, es importante destacar la

satisfacción de las necesidades, tomando como base la opinión de las clientes quienes son la razón por la cual se ha planteado el proyecto.

3.4.3 Desventajas.

El mercado meta no es extenso según las estadísticas presentadas por los pastores de las iglesias evangélicas información detallada en la tabla 8 que se presentará en el punto 3.5.

Existe mercadería que ingresa al país de forma ilegal, afectando especialmente al sector textil, la cual se comercializa a precios económicos comparados con los precios de la producción ecuatoriana.

Cabe destacar que la empresa realizará un constante análisis de las características del producto antes mencionado, mejorando continuamente el diseño y material de las prendas de vestir. El enfoque de la empresa es ofrecer originalidad, este término hace referencia a un elemento innovador, único que cambien por completo los diseños tradicionales y poco llamativos, lo que para la empresa representa una ventaja que podría contrarrestar dichas limitantes.

3.5 Segmentación de mercado

El producto será elaborado con la finalidad específica de satisfacer las necesidades de un grupo de personas con características comunes, los productos estarán dirigidos a las mujeres evangélicas de Otavalo, provincia de Imbabura quienes visten de manera diferente y exigen ciertas características específicas al momento de adquirir prendas de vestir.

A continuación, se presentará una tabla que contiene información acerca de la cantidad de personas que existe en las iglesias evangélicas del cantón Otavalo:

Tabla 8. Listado de la población en las diferentes iglesias pertenecientes a Otavalo

| CONGREGACIONES DEL CANTÓN OTAVALO | | | |
|---|-------------|-------------|-------------|
| IGLESIA EVANGÉLICA APOSTÓLICA DEL NOMBRE DE JESÚS | | | |
| CONGREGACIONES | MUJERES | HOMBRES | TOTAL. |
| 1 Central Otavalo | 240 | 182 | 422 |
| 2 Peguche | 37 | 31 | 68 |
| 3 Ilumán | 68 | 55 | 123 |
| 4 Quichinche | 35 | 29 | 64 |
| 5 Azáma | 35 | 30 | 65 |
| 6 Espejo | 183 | 146 | 329 |
| 7 San Pablo | 54 | 42 | 96 |
| 8 La Compañía | 73 | 55 | 128 |
| 9 Gonzales Suárez | 39 | 35 | 74 |
| 10 Rey Loma | 36 | 33 | 69 |
| 11 Selva Alegre | 52 | 45 | 97 |
| SUBTOTAL | 852 | 683 | 1535 |
| IGLESIA EL TABERNÁCULO DE LA VOZ DE DIOS | | | |
| 12 Central (Cdla 4 etapa) | 55 | 48 | 103 |
| 13 Selva Alegre | 61 | 58 | 119 |
| SUBTOTAL | 116 | 106 | 222 |
| IGLESIA DE LOS TESTIGOS DE JEHOVÁ | | | |
| 14 Gonzales Suarez | 295 | 188 | 483 |
| 15 Centro De Otavalo | 192 | 201 | 393 |
| 16 San Pablo | 185 | 159 | 344 |
| 17 Cdla Los Lagos | 202 | 195 | 397 |
| 18 Centro De Otavalo (Parque De Los Caballitos) | 248 | 231 | 479 |
| SUBTOTAL | 1122 | 974 | 2096 |
| IGLESIA JESUCRISTO ES NUESTRO DIOS | | | |
| 19 Espejo | 38 | 33 | 71 |
| SUBTOTAL | 38 | 33 | 71 |
| TOTAL | 2128 | 1796 | 3924 |

Fuente: Entrevistas realizadas a los pastores de la Iglesia Evangélica

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

3.5.1 Variables de segmentación.

Para delimitar correctamente el segmento de mercado se tomaron en cuenta las siguientes variables:

Tabla 9. Variables para segmentación del mercado.

| VARIABLES | DESGLOSE TÍPICO |
|------------------------------|---|
| *GEOGRÁFICAS | |
| ❖ REGIÓN | Norte, Sierra |
| ❖ TAMAÑO DE POBLACIÓN | Existe un total 2128 de mujeres evangélicas aproximadamente |
| ❖ CLIMA | Cambiante |
| *DEMOGRÁFICAS | |
| ❖ EDAD | De 10 a 50 años. |
| ❖ SEXO | Femenino |
| ❖ INGRESO | Desde 370\$ en adelante. |
| ❖ EDUCACIÓN | Primaria, secundaria, y superior. |
| ❖ RELIGIÓN | Evangélica o protestante. |
| ❖ RAZA | Mestiza, indígena, afro ecuatoriana |

Fuente: Entrevistas realizadas a los pastores de la Iglesia Evangélica

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

3.5.2 Mercado meta.

El mercado objetivo para esta investigación está conformado por mujeres evangélicas del Cantón Otavalo, Provincia de Imbabura con una población aproximada de 2128 personas información obtenida de las bases de datos de las congregaciones ubicadas en el cantón.

3.6 Cálculo de la muestra

Para el cálculo de la muestra, se tomó un mercado total de 2128 personas, con una varianza de 0,25, nivel de confianza de 95% y con un error del 5% así:

3.6.1 Fórmula

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2Z^2}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

σ = Variancia 0,25 VALOR CONSTANTE (corresponde probabilidad de éxito 50 % y probabilidad de fracaso 50)

Z = Nivel de confianza (95% a dos colas)

E = Nivel de error (5% para la población finita)

(N-1) = Corrección geométrica para muestras grandes

Fuente: Aplicación y análisis para la toma de decisiones en las empresas

Autor: Walter López Moreno

$$n = \frac{2128 \times 0,5^2 \times 1,96^2}{(2128 - 1) 0,05^2 + 0,5^2 \times 1,96^2}$$

$$n = 326$$

El tamaño de la muestra es 326 personas a quienes serán aplicadas las encuestas para la recolección de información necesaria en el indicador demanda.

3.7 Oferta

Se realizaron diálogos personales con productores y comercializadores representativos de la actividad textil del Cantón Otavalo, en este caso se identificaron los principales fabricantes y comerciantes de productos similares a la propuesta de negocio, esto con el fin de obtener información para conocer mejor el mercado, y de esta manera realizar el cálculo de la oferta e identificar precios de los productos.

Estas son algunas de las competidoras que se encuentran en el sector de confección, mismas que son reconocidas por las mujeres evangélicas:

- María Criollo
- Lidia Andrade
- Roscio Carvajal
- Marthy variedades
- Rolando Ponce
- Noemí De Robles

- Jenny Mozo
- Alva Yawa
- Sra. Judith Esteves
- Edith González

Mientras que las boutiques en las que se ha identificado venta de prendas

- Victoria Boutique
- Cristina Gonzales
- Enigma boutique
- Pauly stock

El día viernes 18 de Noviembre siendo las 7:30 am en la ciudad de Otavalo se ejecutaron las entrevistas y siendo una parte importante de la investigación el mercado competidor a continuación se presenta la información detallada de los indicadores planteados en la matriz de investigación de mercado:

Tabla 10. Características de los oferentes (Locales comerciales y boutiques)

| CARÁCTERÍSTICAS | BOUTIQUES Y LOCALES COMERCIALES | | |
|------------------------------|---|--|---|
| | VICTORIA | ENIGMA | PAULY STOCK |
| PROPIETARIA | Jaqueline Gómez | Sandra Perugachi | Paulina Flores |
| ACTIVIDAD COMERCIAL | Comercialización de todo tipo de prendas de vestir. | Importación y venta de prendas de vestir especialmente para evangélicas. | Venta de variedad de prendas de vestir |
| PROMOCIONES | Cada tres meses se pone en oferta las prendas más antiguas. | Cada fin de año. | Siempre de todo tipo mensuales ,semanales |
| DESCUENTOS | 15% del costo cuando es pago en efectivo | Máximo el 2% del costo de la prenda. | 10% de descuento |
| VENTA SEMANAL | Faldas: 12 | Faldas: 18 | Faldas: 15 |
| | Blusas: 12 | Blusas: 10 | Blusas: 7 |
| | Vestidos: 13 | Vestidos: 2 | Vestidos: 5 |
| | Chaquetas: 12 | Chaquetas: 10 | Chaquetas: 3 |
| FACILIDAD DES DE PAGO | Reservas con plazo un mes/pago con tarjeta de crédito | Reservas | Reservas con plazo 15 días |
| MEDIOS DE PAGO | Tarjetas de crédito, efectivo | Efectivo | Efectivo |
| UBICACIÓN | Otavaló, calles Bolívar Y Sucre | | Cerca del parque Bolívar de Otavaló |
| SUCURSALES | No cuenta | No cuenta | No cuenta |

Fuente: Entrevistas a los oferentes

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Tabla 11. Características de los oferentes (Modistas y sastres)

| CARÁCTERÍSTICAS | MODISTAS Y SASTRES | | |
|------------------------------|---|--------------------------------|---------------------------------------|
| | CRISTINA GONZALES | MARÍA CRIOLLO | LIDIA ANDRADE |
| ACTIVIDAD COMERCIAL | Modista elabora prendas de vestir bajo pedido | Costurera | Modista |
| PROMOCIONES | Por la elaboración de más de 20 prendas | No tiene | No ofrece |
| DESCUENTOS | Mínimos de 1% | Dependen de la cantidad | No ofrece |
| PRODUCCIÓN SEMANAL | Faldas: 7 | Faldas: 3 | Faldas: 8 |
| | Blusas: 3 | Blusas: 9 | Blusas: 2 |
| | Vestidos: 7 | Vestidos: 2 | Vestidos: 2 |
| | Chaquetas: 3 | Chaquetas: 3 | Chaquetas: 2 |
| FACILIDAD DES DE PAGO | Ninguna | Ninguna | Ninguna |
| MEDIOS DE PAGO | Efectivo | Efectivo | Efectivo |
| UBICACIÓN | Ciudadela Collahuazo 4ta etapa | Portales en mercado de Otavaló | Calle Bolívar cerca al Banco Pacifico |
| SUCURSALES | No cuenta | No cuenta | No cuenta |

| CARÁCTERÍSTICAS | MODISTAS Y SASTRES | | | |
|----------------------------|---|---|---|--|
| | ROCIO CARVAJAL | MARTHA ESCOBAR | ROLANDO PONCE | EDITH GONZALEZ |
| ACTIVIDAD COMERCIAL | Taller de costura cuenta con 5 empleadas | Comercialización y producción de todo tipo de prendas de vestir | Sastre | Estudiante de moda |
| PROMOCIONES | Ninguna | Ninguna | Ninguna | Ninguna |
| DESCUENTOS | Depende de la cantidad | Mínimo 1% | Ninguno ,sus precio son cómodos | Ninguno |
| PRODUCCIÓN SEMANAL | Faldas: 5 Blusas: 5 Vestidos: 4 Chaquetas: 5 | Faldas: 8 Blusas: 3 Vestidos: 8 Chaquetas: 5 | Faldas: 1 Blusas: 8 Vestidos: 3 Chaquetas: 4 | PRODUCCIÓN MENSUAL Faldas: 1 Blusas: - Vestidos: 1 Chaquetas: 1 |
| FACILIDADES DE PAGO | No ofrece | No ofrece | No ofrece | No ofrece |
| MEDIOS DE PAGO | Efectivo | Efectivo | Efectivo | Efectivo |
| UBICACIÓN | Centro de Otavalo | Otavalo | - | Cdla. Los Lagos |
| SUCURSALES | No cuenta | No cuenta | No cuenta | No cuenta |

| CARÁCTERÍSTICAS | MODISTAS Y SASTRES | | | |
|--------------------------------|---|---|---|---|
| | NOEMÍ DE ROBLES | JENY MOZO | ALVA YAWA | JUDITH ESTEVES |
| ACTIVIDAD COMERCIAL | Modista | Modista | Modista | Modista |
| PROMOCIONES | Ninguna | Ninguna | Ninguna | Ninguna |
| DESCUENTOS | Depende de la cantidad | Depende de cantidad | No ofrece | No ofrece |
| CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN | Faldas: 5 Blusas: 5 Vestidos: 3 Chaquetas: 2 | Faldas: 11 Blusas: 10 Vestidos: 4 Chaquetas: 6 | Faldas: 9 Blusas: 6 Vestidos: 8 Chaquetas: 3 | Faldas: 4 Blusas: 5 Vestidos: 2 Chaquetas: 1 |
| FACILIDADES DE PAGO | No ofrece | No ofrece | No ofrece | No ofrece |
| MEDIOS DE PAGO | Efectivo | Efectivo | Efectivo | Efectivo |
| UBICACIÓN | Ciudadela Rumiñahui | Ciudadela Jacinto Collahuazo Cuarta Etapa | Ibarra | Quichinche |
| SUCURSALES | No cuenta | No cuenta | No cuenta | No cuenta |

Fuente: Entrevistas a los oferentes

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

3.7.1 Oferta actual

En lo concerniente a la oferta se realizaron una serie de entrevistas a diferentes comercializadores y productores de prendas de vestir, en dichas entrevistas se realizó la pregunta ¿Cuánto produce o vende semanalmente en faldas, blusas, vestidos y chaquetas?, La información obtenida se multiplico de manera que se encuentre la oferta anual, de esta manera se pudo obtener la siguiente información:

Tabla 12 Cálculo de la oferta

| OFERENTE | UNIDADES SEMANALES | | | | UNIDADES MENSUALES | | | | UNIDADES ANUALES | | | |
|-------------------|--------------------|--------|----------|-----------|--------------------|------------|------------|------------|------------------|-------------|-------------|-------------|
| | Faldas | Blusas | Vestidos | Chaquetas | Faldas | Blusas | Vestidos | Chaquetas | Faldas | Blusas | Vestidos | Chaquetas |
| Jaqueline Gómez | 12 | 12 | 13 | 12 | 48 | 48 | 52 | 48 | 576 | 576 | 624 | 576 |
| Sandra Perugachi | 18 | 10 | 2 | 10 | 72 | 40 | 8 | 40 | 864 | 480 | 96 | 480 |
| Paulina Flores | 15 | 7 | 5 | 3 | 60 | 28 | 20 | 12 | 720 | 336 | 240 | 144 |
| Cristina Gonzales | 7 | 3 | 7 | 3 | 28 | 12 | 28 | 12 | 336 | 144 | 336 | 144 |
| María Criollo | 3 | 9 | 2 | 3 | 12 | 36 | 8 | 12 | 144 | 432 | 96 | 144 |
| Lidia Andrade | 8 | 2 | 2 | 2 | 32 | 8 | 8 | 8 | 384 | 96 | 96 | 96 |
| Roció Carvajal | 5 | 5 | 4 | 5 | 20 | 20 | 16 | 20 | 240 | 240 | 192 | 240 |
| Martha Escobar | 8 | 3 | 8 | 5 | 32 | 12 | 32 | 20 | 384 | 144 | 384 | 240 |
| Rolando Ponce | 1 | 8 | 3 | 4 | 4 | 32 | 12 | 16 | 48 | 384 | 144 | 192 |
| Noemí De Robles | 5 | 5 | 3 | 2 | 20 | 20 | 12 | 8 | 240 | 240 | 144 | 96 |
| Jenny Mozo | 11 | 10 | 4 | 6 | 44 | 40 | 16 | 24 | 528 | 480 | 192 | 288 |
| Alva Yawa | 9 | 6 | 8 | 3 | 36 | 24 | 32 | 12 | 432 | 288 | 384 | 144 |
| Judith Esteves | 4 | 5 | 2 | 1 | 16 | 20 | 8 | 4 | 192 | 240 | 96 | 48 |
| Edith Gonzales | - | - | - | - | 1 | . | 1 | 1 | 12 | 0 | 12 | 12 |
| TOTAL | | | | | 425 | 340 | 253 | 237 | 5100 | 4080 | 3036 | 2844 |

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Tabla 13. Oferta

| OFERTA | |
|---------------------|------------------------------------|
| PRODUCTO | OFERTA ANUAL (UNIDADES) |
| FALDAS | 5100 |
| BLUSAS | 4080 |
| VESTIDOS | 3036 |
| CHAQUETAS | 2844 |
| OFERTA TOTAL | 15060 |

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

3.7.2 Oferta proyectada

Para la proyección de la oferta por cada producto, se toma en cuenta un porcentaje obtenido del análisis elaborado de una de las bases de datos obtenidos de la iglesia misma que arrojó un resultado de 2,9% de crecimiento de personas que se adhieren a la iglesia cada año

Tabla 14. Proyección de la oferta

| N | AÑO | OFERTA (UNIDADES) | | | |
|-----------|------------|------------------------------|---------------|-----------------|------------------|
| | | FALDAS | BLUSAS | VESTIDOS | CHAQUETAS |
| 0 | 2017 | 5100 | 4080 | 3036 | 2844 |
| 1 | 2018 | 5248 | 4198 | 3124 | 2926 |
| 2 | 2019 | 5400 | 4320 | 3215 | 3011 |
| 3 | 2020 | 5557 | 4445 | 3308 | 3099 |
| 4 | 2021 | 5718 | 4574 | 3404 | 3189 |
| 5 | 2022 | 5884 | 4707 | 3503 | 3281 |
| 6 | 2023 | 6054 | 4843 | 3604 | 3376 |
| 7 | 2024 | 6230 | 4984 | 3709 | 3474 |
| 8 | 2025 | 6411 | 5128 | 3816 | 3575 |
| 9 | 2026 | 6596 | 5277 | 3927 | 3678 |
| 10 | 2027 | 6788 | 5430 | 4041 | 3785 |

Fuente: Entrevista elaborada a los oferentes

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

3.8 Demanda

Para obtener la información requerida en el análisis de la demanda se procedió a realizar encuestas, mismas que se aplicaron a potenciales clientes en el Cantón Otavalo provincia de Imbabura; antes de ser aplicadas, los formatos de las encuestas fueron sometidos a pruebas piloto con el fin de validar y establecer el cuestionario adecuado a las necesidades de la investigación, así se elaboró el trabajo de investigación directa el 20 de noviembre del 2016 a una muestra de 326 mujeres mestizas pertenecientes a 19 Iglesias evangélicas, todo este trabajo mostrará información para establecer la existencia de demanda insatisfecha, lugar de compra, producto de mayor aceptación, la percepción de los clientes sobre los costos actuales, las características del producto deseado.

3.8 Tabulación y análisis de la investigación

Encuesta dirigida a las mujeres evangélicas en las iglesias de Otavalo

3.8.1 Preguntas de información básicas.

EDAD:

Tabla 15. Edad

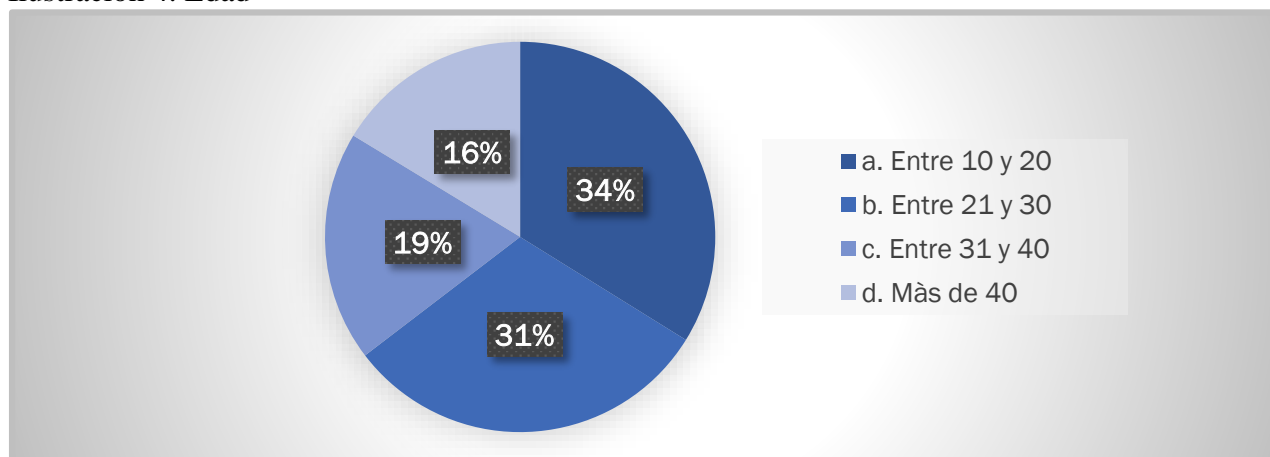
| OPCIONES | CANTIDAD | % |
|------------------|------------|------------|
| a. Entre 10 y 20 | 110 | 34 |
| b. Entre 21 y 30 | 100 | 31 |
| c. Entre 31 y 40 | 62 | 19 |
| d. Más de 40 | 53 | 16 |
| TOTAL | 325 | 100 |

Fuente: Encuestas realizadas a las mujeres de la Iglesia Evangélica

Elaborado por: La Autora

Año:2016

Ilustración 4. Edad



Fuente: Encuestas realizadas a las mujeres de la Iglesia Evangélica

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Análisis

Es importante conocer que un alto porcentaje de las personas corresponden a una edad juvenil y el restante muestra una edad adulta; lo que indica que los productos deben elaborarse con características actuales de acuerdo a las tendencias y moda aceptada en la juventud, para que los productos sean aceptables.

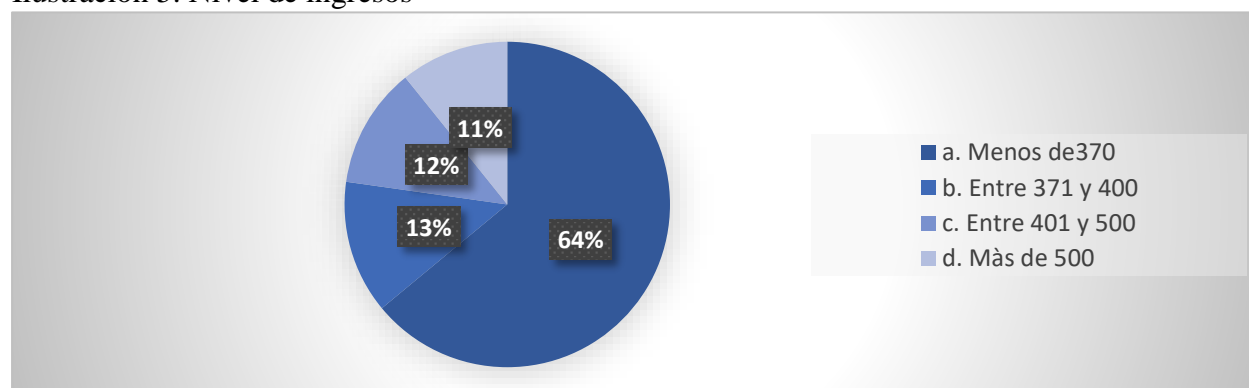
Cuál es su nivel de ingresos económicos:

Tabla 16. Nivel de ingresos

| OPCIONES | CANTIDAD | % |
|--------------------|------------|------------|
| a. Menos de 370 | 208 | 64 |
| b. Entre 371 y 400 | 43 | 13 |
| c. Entre 401 y 500 | 39 | 12 |
| d. Más de 500 | 35 | 11 |
| TOTAL | 325 | 100 |

Fuente: Encuestas realizadas a las mujeres de la Iglesia Evangélica
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Ilustración 5. Nivel de ingresos



Fuente: Encuestas realizadas a las mujeres de la Iglesia Evangélica
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Análisis.

De acuerdo a los resultados obtenidos de la investigación más de la mitad de las mujeres evangélicas tienen un nivel de ingresos menor a 370 dólares y el resto de personas demuestran una división casi equitativa en rangos de ingresos entre 371 y 400 y en el rango de 400 a 500 dólares y con la diferencia de un punto porcentual en relación a los demás ingresos se tiene la opción de ingresos mayores a 500 dólares, cabe destacar que en la mayoría de casos esto no es algo proporcional a las compras que realizan las personas ya que está demostrado que las mujeres tienden a comprar más.

3.8.2 Con qué frecuencia compra usted prendas de vestir?

Tabla 17. Frecuencia de compra

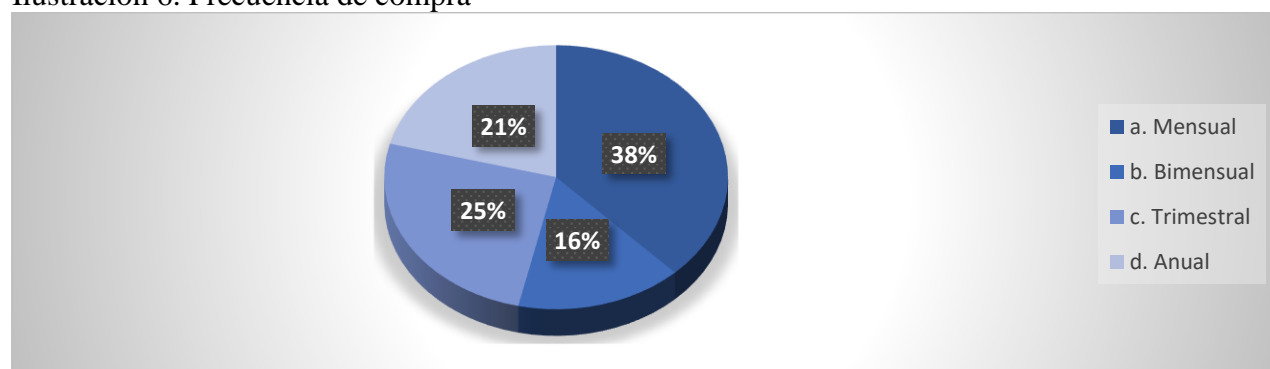
| OPCIONES | CANTIDAD | % |
|---------------|------------|------------|
| a. Mensual | 123 | 38 |
| b. Bimensual | 51 | 16 |
| c. Trimestral | 83 | 26 |
| d. Anual | 68 | 21 |
| TOTAL | 325 | 100 |

Fuente: Encuestas realizadas a las mujeres de la Iglesia Evangélica

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Ilustración 6. Frecuencia de compra



Fuente: Encuestas realizadas a las mujeres de la Iglesia Evangélica

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Análisis.

De la población encuestada total se conoce que la mayor parte de personas realizada sus compras de prendas de vestir mensualmente, con la diferencia de casi trece puntos porcentuales se conoce una preferencia de compra trimestral, la frecuencia de compra menos usual corresponde a dos meses y solo un poco más alta que la anterior se encuentra la tendencia de compra anual. Todo esto se debe a la disponibilidad de tiempo, dinero y a la existencia de prendas deseadas por los clientes.

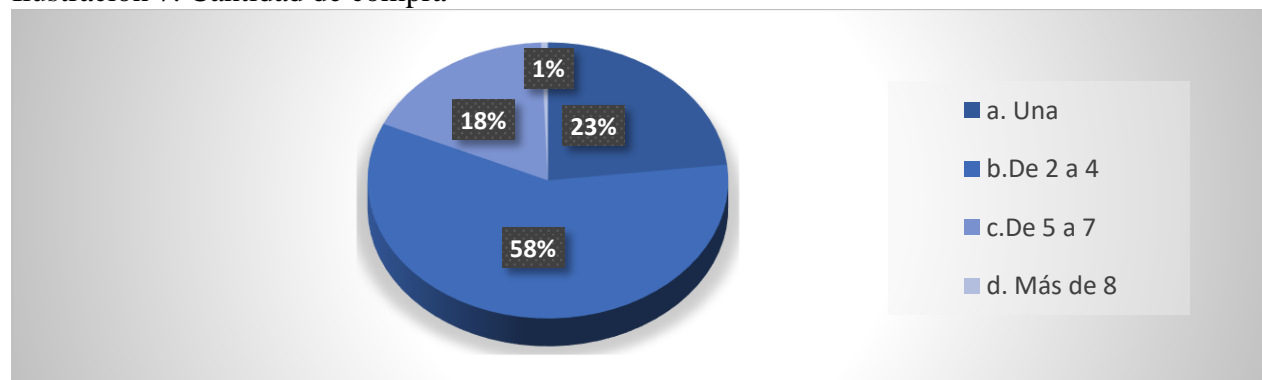
3.8.3 Cuantas prendas de vestir compra?

Tabla 18. Cantidad de compra

| OPCIONES | CANT | % |
|--------------|------------|------------|
| a. Una | 76 | 23 |
| b. De 2 a 4 | 192 | 59 |
| c. De 5 a 7 | 58 | 18 |
| d. Más de 8 | 2 | 1 |
| TOTAL | 328 | 100 |

Fuente: Encuestas realizadas a las mujeres de la Iglesia Evangélica
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Ilustración 7. Cantidad de compra



Fuente: Encuestas realizadas a las mujeres de la Iglesia Evangélica
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Análisis.

De acuerdo a la población encuestada, una cantidad mayor a la mitad adquieren más de una prenda de vestir cada que deciden ir de compras, menos de la cuarta parte del total de la población establece que solo compran una unidad, muy pocas personas adquieren más de cinco prendas de vestir y otras no tienen definido cuantas unidades compran, de igual manera el número de prendas adquiridas por los clientes se debe a factores como las características del producto, facilidad de pago, etc. Esta información permite identificar la demanda actual para proyectarla y realizar un análisis para estipular cuánto se debe producir.

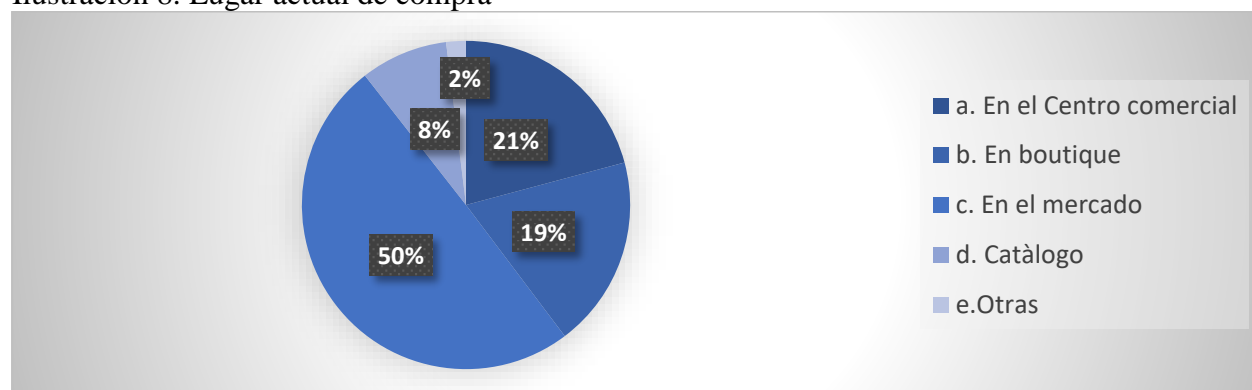
3.8.4 En qué lugares realiza sus compras de prendas de vestir?

Tabla 19. Lugar actual de compra

| OPCIONES | CANT | % |
|---------------------------|------------|------------|
| a. En el Centro comercial | 75 | 21 |
| b. En boutique | 68 | 19 |
| c. En el Mercado | 179 | 50 |
| d. Catálogo | 31 | 9 |
| e. Otras | 7 | 2 |
| TOTAL | 360 | 100 |

Fuente: Encuestas realizadas a las mujeres de la Iglesia Evangélica
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Ilustración 8. Lugar actual de compra



Fuente: Encuestas realizadas a las mujeres de la Iglesia Evangélica
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Análisis.

La mayoría de personas realizan adquisición de prendas de vestir en el mercado puesto que es un lugar conocido en donde se puede encontrar personas que confeccionen de acuerdo a las necesidades y gustos, en menor proporción se realizan también compras en los centros comerciales, cabe destacar en lo respectivo a las boutiques y catálogos son los lugares menos frecuentados a la hora de adquirir este tipo de productos porque no se encuentran prendas con las características buscadas por este segmento de mercado, esto demuestra la forma de comercialización y en donde será aceptable la venta de los productos.

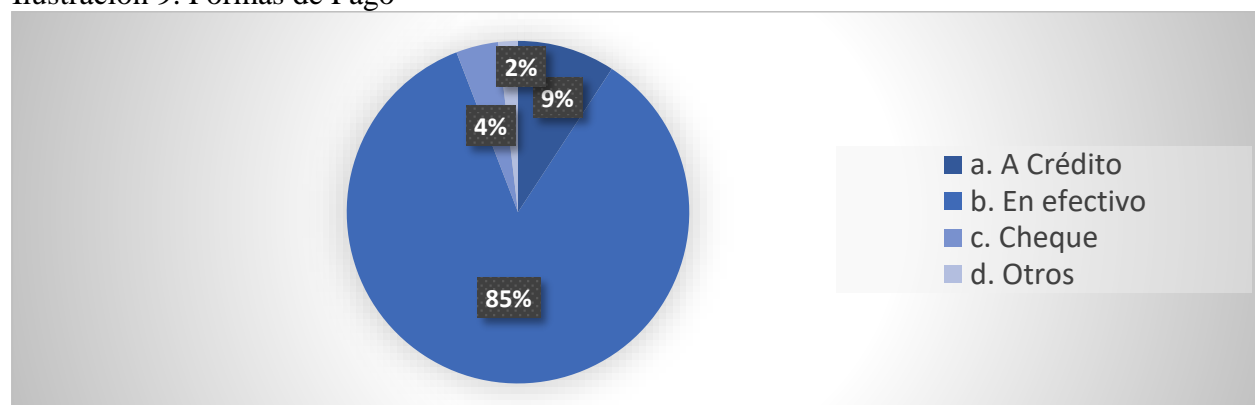
3.8.5 Cuando compra prendas de vestir como realiza usted sus pagos?

Tabla 20. Formas de pago

| OPCIONES | CANT | % |
|----------------|------------|------------|
| a. A Crédito | 30 | 9 |
| b. En efectivo | 276 | 85 |
| c. Cheque | 13 | 4 |
| d. Otros | 6 | 2 |
| TOTAL | 325 | 100 |

Fuente: Encuestas realizadas a las mujeres de la Iglesia Evangélica
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Ilustración 9. Formas de Pago



Fuente: Encuestas realizadas a las mujeres de la Iglesia Evangélica
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Análisis.

Un alto número de personas realiza sus pagos en el momento de adquisición del producto esto se debe a las condiciones y facilidades de pago que establecen los oferentes y por el lugar en donde la mayoría de consumidores adquieren los productos, una cantidad menor a adquieren las prendas de vestir a crédito con cheque y otros; opción que corresponde a pagos con tarjetas y reservas de prendas durante un corto periodo de tiempo. Al establecer facilidad de pago es importante destacar un nivel de motivación de compra para los clientes, esto le da un nivel de riesgo al negocio, pero se puede maximizar el nivel de ventas, así se puede conocer que la mayor parte de las ventas serán en efectivo.

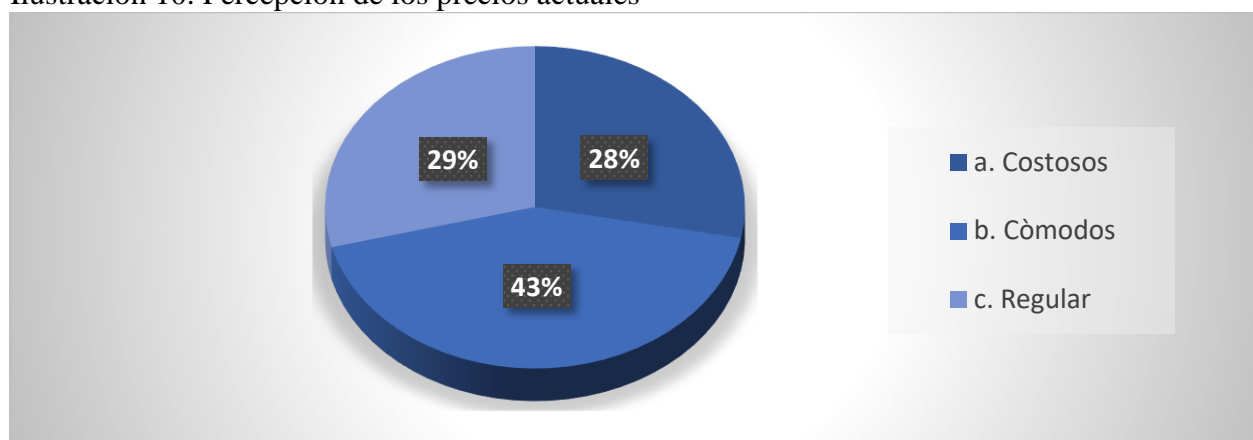
3.8.6 Las prendas de vestir actualmente tienen precios.

Tabla 21. Percepción de los precios actuales

| OPCIONES | CANT | % |
|--------------|------------|------------|
| a. Costosos | 91 | 28 |
| b. Cómodos | 139 | 43 |
| c. Regular | 94 | 29 |
| TOTAL | 324 | 100 |

Fuente: Encuestas realizadas a las mujeres de la Iglesia Evangélica
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Ilustración 10. Percepción de los precios actuales



Fuente: Encuestas realizadas a las mujeres de la Iglesia Evangélica
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Análisis.

Del total de encuestados menos de la mitad establece que los precios son cómodos, mientras que un porcentaje menor al anterior consideran que los precios son costosos y casi en la misma proporción establecen que las unidades monetarias pagadas por las prendas de vestir son regulares, siendo la percepción de los clientes muy variada a través de esta información se puede tomar decisiones y es importante fijar los precios de acuerdo al mercado actual, así se desarrollará una competencia de libre mercado.

3.8.7 Cuál de las siguientes prendas cubre sus expectativas?

Tabla 22. Gustos y preferencias

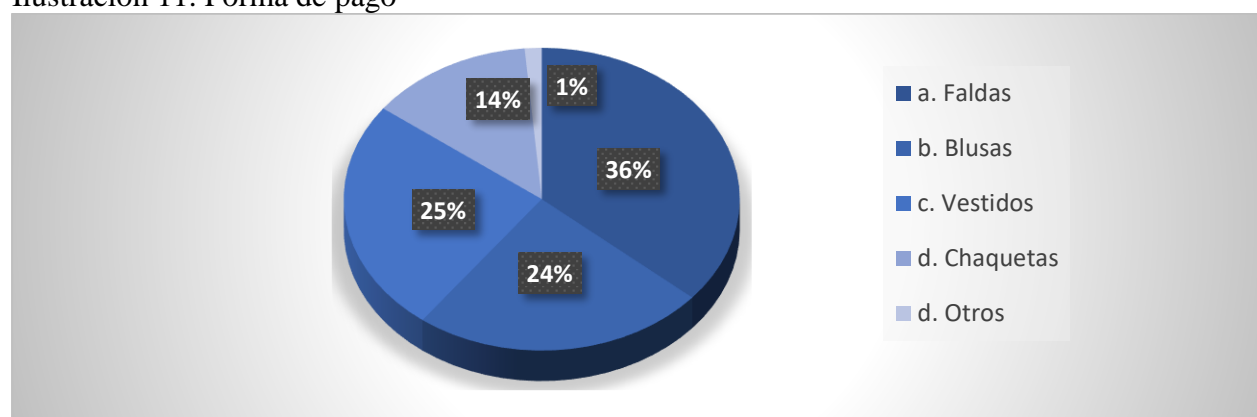
| OPCIONES | CANTIDAD | % |
|--------------|------------|------------|
| a. Faldas | 157 | 36 |
| b. Blusas | 104 | 24 |
| c. Vestidos | 108 | 25 |
| d. Chaquetas | 58 | 13 |
| d. Otros | 6 | 1 |
| TOTAL | 433 | 100 |

Fuente: Encuestas realizadas a las mujeres de la Iglesia Evangélica

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Ilustración 11. Forma de pago



Fuente: Encuestas realizadas a las mujeres de la Iglesia Evangélica

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Análisis.

De total de encuestadas, la mayor parte de las mujeres prefieren las faldas, mientras en proporción inferior están las blusas y vestidos las cuales tienen casi el mismo nivel de aceptación, en lo respectivo a las chaquetas la demanda es menor; y finalmente solo un punto porcentual establece que buscan otro tipo de prendas tales como boleros, zapatos, lencería, etc. A través de esta información se calculará la cantidad de prendas a elaborar y se determinó que el producto estrella de la empresa son las faldas.

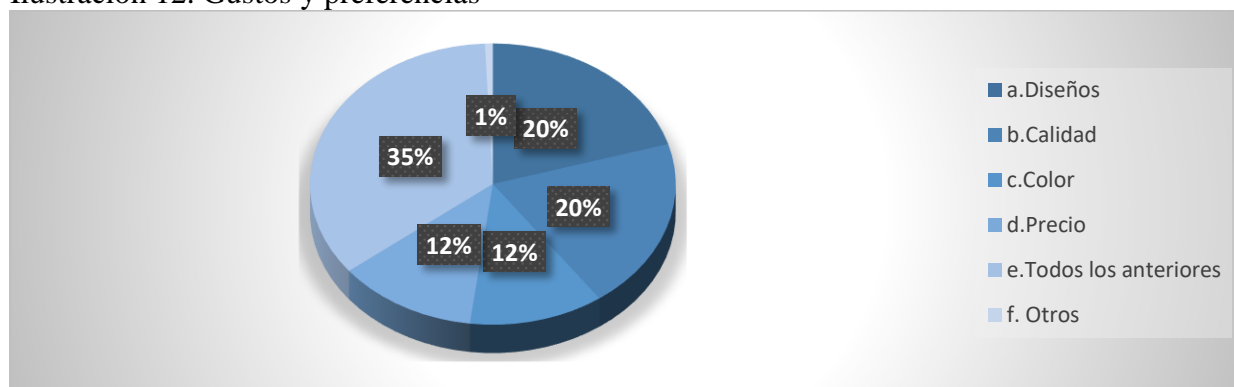
3.8.8 Cuando quiere adquirir prendas de vestir que es lo más importante?

Tabla 23. Gustos y preferencias

| OPCIONES | CANT | % |
|-------------------------|------------|------------|
| a. Diseños | 86 | 20.4 |
| b. Calidad | 83 | 19.7 |
| c. Color | 50 | 11.9 |
| d. Precio | 52 | 12.4 |
| e. Todos los anteriores | 147 | 34.9 |
| f. Otros | 3 | 0.7 |
| TOTAL | 421 | 100 |

Fuente: Encuestas realizadas a las mujeres de la Iglesia Evangélica
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Ilustración 12. Gustos y preferencias



Fuente: Encuestas realizadas a las mujeres de la Iglesia Evangélica
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Análisis.

Al momento de comprar una prenda de vestir la mayoría de personas seleccionaron todas las opciones, prefieren observar todos los aspectos y características que forman parte del producto diseño, calidad, color, precio, pero algunas personas también optaron por elegir las características de manera individual así tanto el diseño como la calidad obtuvieron un mismo nivel de aceptación, y un poco inferior se mostró el color finalmente con una mínima diferencia se encuentra el precio, con esta información es posible conocer al cliente y los factores que definen la decisión de compra.

3.8.9 Qué precio estaría dispuesto a pagar por la adquisición de prendas de vestir?

Tabla 24. Precio

| FALDAS | | |
|----------------------|------------|------------|
| OPCIONES | CANTIDAD | % |
| a. Desde 20 hasta 28 | 212 | 80.3 |
| b. Entre 28 a 35 | 38 | 14.4 |
| c. Más de 35 | 14 | 5.3 |
| TOTAL | 264 | 100 |

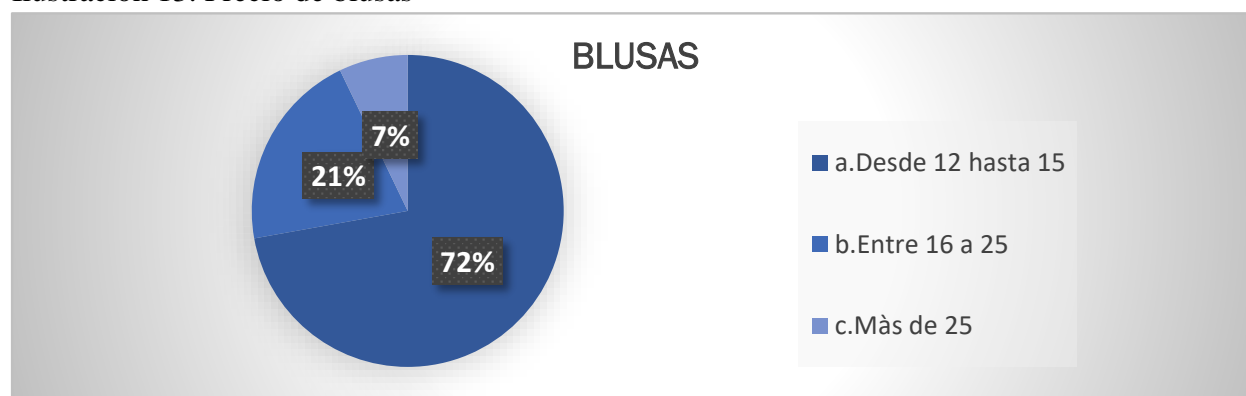
| BLUSAS | | |
|----------------------|------------|------------|
| OPCIONES | CANTIDAD | % |
| a. Desde 12 hasta 15 | 192 | 72.2 |
| b. Entre 16 a 25 | 55 | 20.7 |
| c. Más de 25 | 19 | 7.1 |
| TOTAL | 266 | 100 |

| VESTIDOS | | |
|----------------------|------------|------------|
| OPCIONES | CANTIDAD | % |
| a. Desde 25 hasta 30 | 186 | 68.6 |
| b. Entre 31 a 45 | 59 | 21.8 |
| c. Más de 50 | 26 | 9.6 |
| TOTAL | 271 | 100 |

| CHAQUETAS | | |
|----------------------|------------|------------|
| OPCIONES | CANTIDAD | % |
| a. Desde 30 hasta 35 | 193 | 71.7 |
| b. Entre 40 a 50 | 46 | 17.1 |
| c. Más de 50 | 30 | 11.2 |
| TOTAL | 269 | 100 |

Fuente: Encuestas realizadas a las mujeres de la Iglesia Evangélica
 Elaborado por: La Autora
 Año: 2016

Ilustración 13. Precio de blusas



Fuente: Encuestas realizadas a las mujeres de la Iglesia Evangélica
 Elaborado por: La Autora
 Año: 2016

Análisis.

Del total de la población encuestada casi las tres cuartas partes de las mujeres respondieron que estarían dispuestas a pagar hasta 15 dólares por una blusa mientras que el resto de la

población está dividida entre pagar hasta 25 dólares y más, los resultados se dan por la variedad de blusas ya existentes en el mercado con precios muy cómodos; sin embargo, es importante destacar que no todas las blusas actualmente ofertadas cumplen las características que las mujeres evangélicas buscan.

Ilustración 14. Precio de vestidos

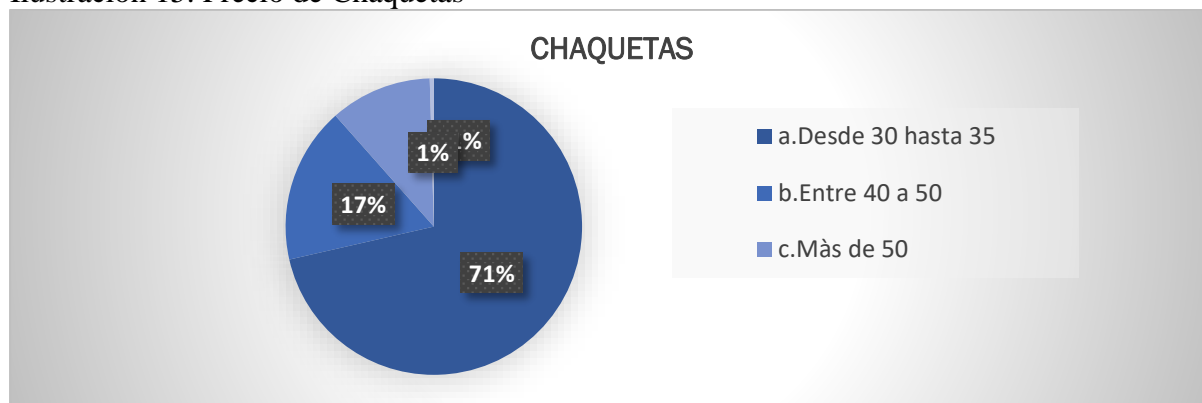


Fuente: Encuestas realizadas a las mujeres de la Iglesia Evangélica
 Elaborado por: La Autora
 Año: 2016

Análisis.

Un alto porcentaje de mujeres decidieron pagar hasta 35 dólares por adquirir un vestido, en nivel menor al anterior las mujeres decidieron pagar hasta 45 dólares y solo una mínima parte de las encuestadas establece pagar más de 50 dólares.

Ilustración 15. Precio de Chaquetas

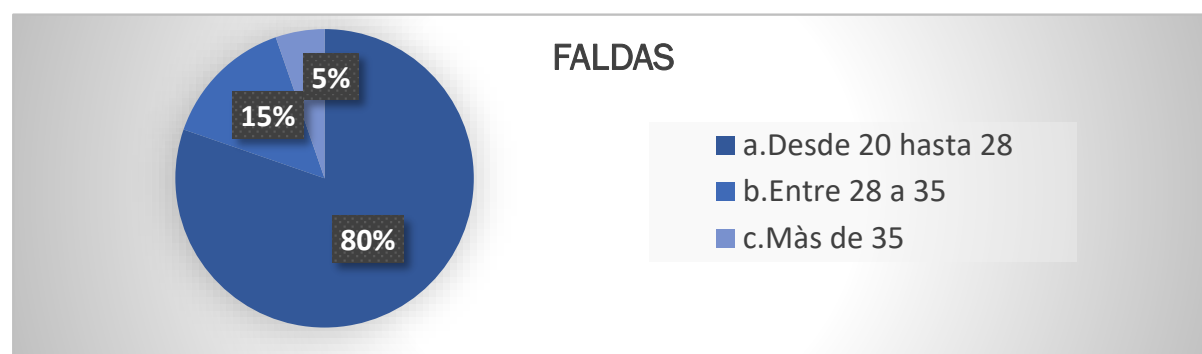


Fuente: Encuestas realizadas a las mujeres de la Iglesia Evangélica
 Elaborado por: La Autora
 Año: 2016

Análisis.

Un alto porcentaje de encuestadas están dispuestas a cancelar hasta 35 dólares por la adquisición de una chaqueta, un valor inferior a los veinte puntos porcentuales estaría dispuestas a pagar hasta 50 dólares y un valor inferior al antes expuesto procurarían pagar más de cincuenta dólares.

Ilustración 16. Precio faldas



Fuente: Encuestas realizadas a las mujeres de la Iglesia Evangélica
 Elaborado por: La Autora
 Año: 2016

Análisis.

Más de las tres cuartas partes de mujeres encuestadas estarían dispuestas a pagar hasta 28 dólares por una falda el restante de personas establecieron que podrían pagar hasta 35 dólares, y un porcentaje muy pequeño que pagarían más de 35 dólares. Del total de la población encuestada más de la mitad respondieron que estarían dispuestas a cancelar los precios más

económicos, y en lo que respecta a los precios en rangos intermedios y bajos son de representación mínima. Así se podrán determinar los precios de comercialización de acuerdo al mercado actual.

3.8.10 Qué tipo de material prefiere usted al momento de adquirir prendas de vestir?

Tabla 25. Texturas de preferencia

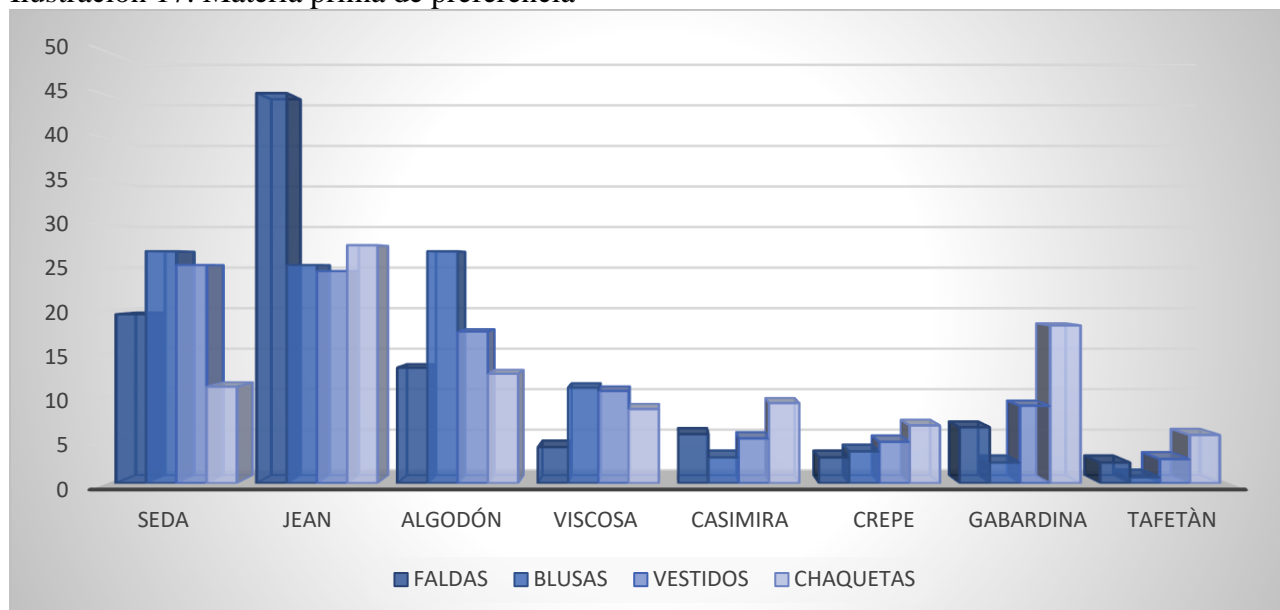
| FALDAS | | |
|------------------|-----------------|------------|
| OPCIONES | CANTIDAD | % |
| Seda | 66 | 19.6 |
| Jean | 152 | 45.2 |
| Algodón | 45 | 13.4 |
| Viscosa | 14 | 4.2 |
| Casimira | 19 | 5.7 |
| Crepe | 10 | 3.0 |
| Gabardina | 22 | 6.5 |
| Tafetán | 8 | 2.4 |
| Total | 336 | 100 |
| BLUSAS | | |
| OPCIONES | CANTIDAD | % |
| Seda | 80 | 26.9 |
| Jean | 75 | 25.3 |
| Algodón | 80 | 26.9 |
| Viscosa | 33 | 11.1 |
| Casimira | 9 | 3.0 |
| Crepe | 11 | 3.7 |
| Gabardina | 7 | 2.4 |
| Tafetán | 2 | 0.7 |
| TOTAL | 297 | 100 |
| VESTIDOS | | |
| OPCIONES | CANTIDAD | % |
| Seda | 73 | 25.3 |
| Jean | 71 | 24.6 |
| Algodón | 51 | 17.6 |
| Viscosa | 31 | 10.7 |
| Casimira | 15 | 5.2 |
| Crepe | 14 | 4.8 |
| Gabardina | 26 | 9.0 |
| Tafetán | 8 | 2.8 |
| TOTAL | 289 | 100 |
| CHAQUETAS | | |
| OPCIONES | CANTIDAD | % |
| Seda | 30 | 11.2 |
| Jean | 74 | 27.6 |
| Algodón | 34 | 12.7 |
| Viscosa | 23 | 8.6 |
| Casimira | 25 | 9.3 |
| Crepe | 18 | 6.7 |
| Gabardina | 49 | 18.3 |
| Tafetán | 15 | 5.6 |
| TOTAL | 268 | 100 |

Fuente: Encuestas realizadas a las mujeres de la Iglesia Evangélica

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Ilustración 17. Materia prima de preferencia



Fuente: Encuestas realizadas a las mujeres de la Iglesia Evangélica

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Análisis.

Para determinar las características de los productos que la empresa producirá es de suma relevancia tomar en cuenta la opinión de los posibles clientes, la mayoría de personas prefieren productos elaborados con tela jean, así se ha podido determinar en lo respectivo a faldas las telas preferentes son el jean y gabardina, para las blusas las telas de mayor preferencia son el algodón, seda, viscosa y algodón para las chaquetas, la mayor parte de mujeres desean la tela jean y en gabardina y finalmente los vestidos en gabardina, jean y seda, todo esto también ayudará a definir las características de los productos estrella seleccionados del portafolio antes establecido.

3.8.11 Donde le gustaría adquirir prendas de vestir?

Tabla 26. Lugar de comercialización de preferencia

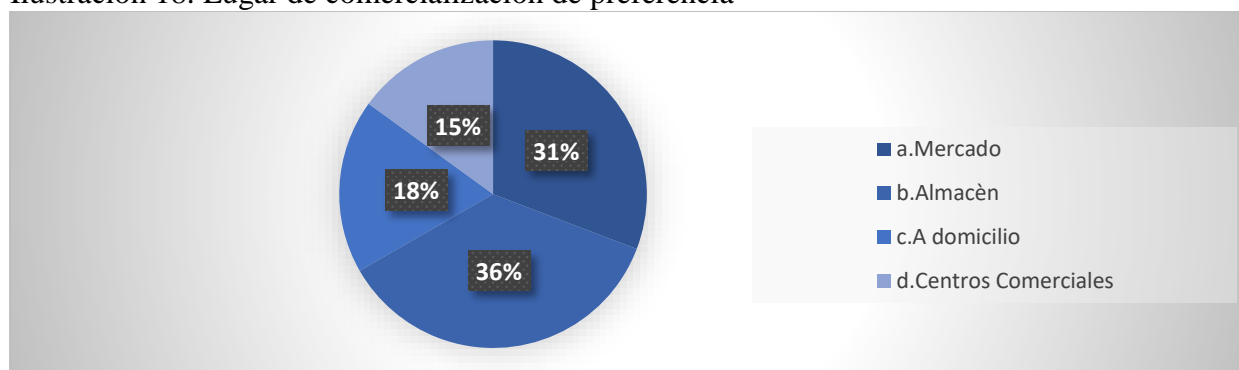
| OPCIONES | CANTIDAD | % |
|------------------------|------------|------------|
| a. Mercado | 103 | 30.8 |
| b. Almacén | 120 | 35.9 |
| c. A domicilio | 61 | 18.3 |
| d. Centros Comerciales | 50 | 15.0 |
| TOTAL | 334 | 100 |

Fuente: Encuestas realizadas a las mujeres de la Iglesia Evangélica

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Ilustración 18. Lugar de comercialización de preferencia



Fuente: Encuestas realizadas a las mujeres de la Iglesia Evangélica

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Análisis.

Del total de encuestadas el porcentaje más representativo demuestra que las posibles clientes desean que los productos sean comercializados en un almacén esto porque es mejor observar de manera directa los productos; además les permite medirse y saber cómo les queda para decidir si comprar o no, y con solo tres puntos porcentuales se diferencia la opción que propone la venta mercado, esto porque las clientes suelen visitarlo con más frecuencia, y para las opciones a domicilio y centros comerciales existen aceptación no tan imponente como las anteriores, no obstante es importante tomar en cuenta estos datos puesto que ayudarán en la toma de decisiones del inversionista si ubicar en un almacén o a domicilio dependiendo de la preferencia del cliente.

3.8.12 Que herramientas utiliza para informarse?

Tabla 27. Medio de comunicación más utilizado

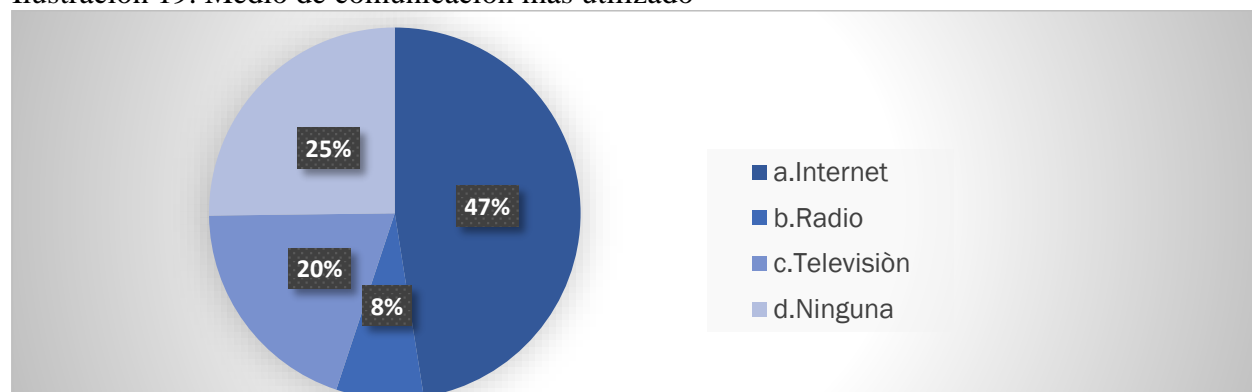
| OPCIONES | CANTIDAD | % |
|---------------|------------|------------|
| a. Internet | 149 | 47.5 |
| b. Radio | 24 | 7.6 |
| c. Televisión | 62 | 19.7 |
| d. Ninguna | 79 | 25.2 |
| TOTAL | 314 | 100 |

Fuente: Encuestas realizadas a las mujeres de la Iglesia Evangélica

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Ilustración 19. Medio de comunicación más utilizado



Fuente: Encuestas realizadas a las mujeres de la Iglesia Evangélica

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Análisis.

El medio de comunicación más utilizado es el internet con casi la mitad del total de los encuestados, esto porque es un medio conocido a nivel internacional ya que ofrece más oportunidades a menor costo, sin embargo muchos eligieron otras opciones como la radio que muestra ser de menos frecuencia que la televisión cabe destacar también que un porcentaje más alto que el de las dos últimas opciones las personas encuestadas no utilizan ninguno de estos medios de comunicación, así pues a través de estos datos el inversionista verá la necesidad de buscar alternativas de conocimiento universal para dar a conocer información acerca de los productos que la empresa va a ofertar.

3.8.13 Como le gustaría conocer de los productos que ofrecemos?

Tabla 28. Herramienta para dar a conocer el producto

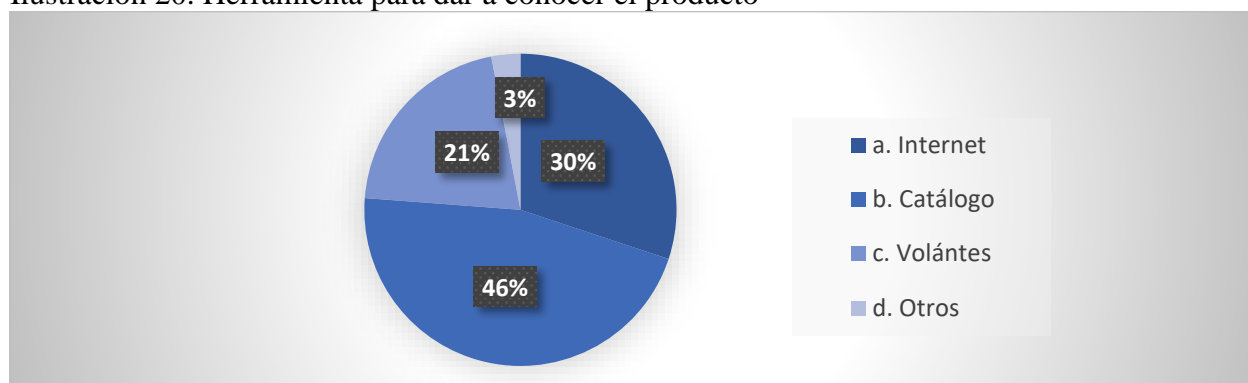
| OPCIONES | CANTIDAD | % |
|--------------|------------|------------|
| a. Internet | 101 | 30.1 |
| b. Catálogo | 155 | 46.1 |
| c. Volantes | 70 | 20.8 |
| d. Otros | 10 | 3.0 |
| TOTAL | 336 | 100 |

Fuente: Encuestas realizadas a las mujeres de la Iglesia Evangélica

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Ilustración 20. Herramienta para dar a conocer el producto



Fuente: Encuestas realizadas a las mujeres de la Iglesia Evangélica

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Análisis.

Un número importante de personas prefieren conocer los productos a través de catálogos, mientras que un porcentaje menor establece que de ser posible se utilice el internet, finalmente una pequeña cantidad de personas desea conocer el producto a través de volantes y una mínima cantidad prefiere otro tipo de herramientas; gracias a esta información se realizará un análisis para determinar las herramientas para dar a conocer el producto especialmente al inicio cuando la empresa aún no tiene clientes.

Como resultado del análisis global de la encuesta se demuestra que si existe aceptación de los productos en un porcentaje bastante significativo potencialmente.

3.9 Demanda

Para el cálculo de la demanda se utilizó el total de mujeres evangélicas que corresponde a 2128 personas, información tomada de las bases de datos de las iglesias del cantón y los resultados obtenidos de las encuestas antes ejecutadas; así se tomaron los datos de las siguientes preguntas: primera correspondiente a frecuencia de compra, segunda cantidad de compra y tercera preferencia de prendas de vestir.

Así se elaboró el primer análisis tomando la población o mercado total y el resultado de la pregunta uno, así se pudo conocer las posibles demandantes clasificada por cada producto, después de esto se procedió a trabajar con el nivel de aceptación en cada producto, a este dato se realizó una distribución porcentual con datos de frecuencia de compra, se seleccionó el valor de menor rango para establecer la cantidad de prendas de vestir y finalmente se logró calcular la demanda de cada producto, multiplicando las unidades promedio de compra y la cantidad posibles clientes de acuerdo al producto.

Tabla 29 Distribución porcentual de acuerdo a las preferencias de los clientes

| TIPO DE PRENDAS | DEMANDA DE CONSUMO POR PREFERENCIA DEL PRODUCTO | SELECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR |
|------------------------|---|-----------------------------------|
| Faldas | 772 | 36% |
| Blusas | 511 | 24% |
| Vestidos | 560 | 26% |
| Chaquetas | 285 | 13% |
| TOTAL POBLACIÓN | 2128 | 100% |

Fuente: Encuesta, PREG 1, 2 Y 6

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Tabla 30 Cálculo de la demanda

| FALDAS | | | | | | |
|----------------------|------|-----------------------|--------------------------|-------------------|------------------------|----------------------------|
| Frecuencia de Compra | | Posibles consumidores | Veces que compran al año | Unidades promedio | Consumo promedio anual | Demanda promedio de faldas |
| MENSUAL | 38% | 292 | 12 | 1 | 12 | 3504 |
| BIMENSUAL | 16% | 121 | 6 | 2 | 12 | 1453 |
| TRIMESTRAL | 26% | 197 | 4 | 4 | 16 | 3153 |
| ANUAL | 21% | 161 | 1 | 5 | 5 | 807 |
| TOTAL | 100% | 772 | | | | 8917 |
| BLUSAS | | | | | | |
| Frecuencia de Compra | | Posibles consumidores | Veces que compran al año | Unidades promedio | Consumo promedio anual | Demanda promedio de blusas |
| MENSUAL | 38% | 193 | 12 | 1 | 12 | 2321 |
| BIMENSUAL | 16% | 80 | 6 | 2 | 12 | 962 |
| TRIMESTRAL | 26% | 131 | 4 | 4 | 16 | 2088 |
| ANUAL | 21% | 107 | 1 | 5 | 5 | 535 |
| TOTAL | 100% | 511 | | | | 5907 |
| VESTIDOS | | | | | | |
| Frecuencia de Compra | | Posibles consumidores | Veces que compran al año | Unidades promedio | Consumo promedio anual | Demanda promedio de blusas |
| MENSUAL | 38% | 212 | 12 | 1 | 12 | 2544 |
| BIMENSUAL | 16% | 88 | 6 | 2 | 12 | 1055 |
| TRIMESTRAL | 26% | 143 | 4 | 4 | 16 | 2289 |
| ANUAL | 21% | 117 | 1 | 5 | 5 | 586 |
| TOTAL | 100% | 560 | | | | 6475 |
| CHAQUETAS | | | | | | |
| Frecuencia de Compra | | Posibles consumidores | Veces que compran al año | Unidades promedio | Consumo promedio anual | Demanda promedio de blusas |
| MENSUAL | 38% | 108 | 12 | 1 | 12 | 1295 |
| BIMENSUAL | 16% | 45 | 6 | 2 | 12 | 537 |
| TRIMESTRAL | 26% | 73 | 4 | 4 | 16 | 1165 |
| ANUAL | 21% | 60 | 1 | 5 | 5 | 298 |
| TOTAL | 100% | 285 | | | | 3294 |

Fuente: Encuesta, PREG 1, 2 Y 6
 Elaborado por: La Autora
 Año: 2016

Tabla 31. Demanda

| DEMANDA | |
|----------------------|---------------------|
| PRODUCTO | CANTIDAD (unidades) |
| FALDAS | 8917 |
| BLUSAS | 5907 |
| VESTIDOS | 6475 |
| CHAQUETAS | 3294 |
| DEMANDA TOTAL | 24593.13 |

Fuente: Encuesta, PREG 1, 2 Y 6
 Elaborado por: La Autora
 Año: 2016

3.9.1 Demanda proyectada.

Para el caso de las proyecciones de la demanda se hizo un análisis de los tres últimos años entre adhesión y salida de personas de acuerdo a la base de datos de las iglesias de cada año obteniendo un porcentaje de crecimiento del 2,9 %

Tabla 32. Proyección de la demanda de faldas, blusas, chaquetas y vestidos

| N | AÑO | DEMANDA | | | |
|----|------|---------|--------|----------|-----------|
| | | FALDAS | BLUSAS | VESTIDOS | CHAQUETAS |
| 0 | 2017 | 8917 | 5907 | 6475 | 3294 |
| 1 | 2018 | 9176 | 6078 | 6663 | 3390 |
| 2 | 2019 | 9442 | 6254 | 6856 | 3488 |
| 3 | 2020 | 9716 | 6436 | 7055 | 3589 |
| 4 | 2021 | 9997 | 6622 | 7259 | 3693 |
| 5 | 2022 | 10287 | 6815 | 7470 | 3800 |
| 6 | 2023 | 10586 | 7012 | 7686 | 3911 |
| 7 | 2024 | 10893 | 7216 | 7909 | 4024 |
| 8 | 2025 | 11209 | 7425 | 8139 | 4141 |
| 9 | 2026 | 11534 | 7640 | 8375 | 4261 |
| 10 | 2027 | 11868 | 7862 | 8618 | 4384 |

Fuente: Encuesta, PREG 1, 2 Y 6

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

3.10 Balance oferta-demanda

Para el cálculo de la demanda insatisfecha se dedujo la oferta de la demanda antes ya calculada así pues se obtuvo una demanda potencial a satisfacer de 9533 unidades por lo que se evidencia la falta de mercados que cubran las necesidades de las clientelas. Si se analiza la demanda insatisfecha por prenda de vestir tendríamos que más predominante son las faldas con un 48%, mientras el 27% corresponde a vestidos y finalmente con un 18% y 7% están las blusas y chaquetas esto porque estas dos últimas prendas son más fáciles de encontrar.

Tabla 33.Comparación de la oferta y demanda

| PRODUCTO | OFERTA (unidades) | PRODUCTO | DEMANDA (unidades) |
|---------------------|------------------------------|----------------------|-------------------------------|
| FALDAS | 5100 | FALDAS | 8917 |
| BLUSAS | 4080 | BLUSAS | 5907 |
| VESTIDOS | 3036 | VESTIDOS | 6475 |
| CHAQUETAS | 2844 | CHAQUETAS | 3294 |
| OFERTA TOTAL | 15060 | DEMANDA TOTAL | 24593 |

Fuente: Encuesta, Entrevistas Y Encuestas

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Tabla 34. Cálculo de la demanda potencial a satisfacer

| PRODUCTO | OFERTA | DEMANDA (unidades) | DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER (unidades) |
|------------------|---------------|-------------------------------|--|
| FALDAS | 5100 | 8917 | 3817 |
| BLUSAS | 4080 | 5907 | 1827 |
| VESTIDOS | 3036 | 6475 | 3439 |
| CHAQUETAS | 2844 | 3294 | 450 |
| TOTALES | 15060 | 24593 | 9533 |

Fuente: Encuesta, Entrevistas Y Encuestas

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

3.12 Precio

Existen tres formas para establecer los precios:

1. De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas o la disponibilidad del cliente para pagar por el producto

2. Tomando en cuenta los costos y gastos en que se deben incurrir al momento de producir.
3. En base a los precios actuales del mercado u oferentes.

La empresa deberá tomar una correcta decisión al momento de establecer los precios, cubriendo costos, gastos y con un margen de contribución.

3.12.1 Análisis de precios.

Después de haber observado los precios del mercado competidor los oferentes en su mayoría conocen que los precios han aumentado, pero ellos han mantenido los precios que antes cobraban, en los locales de venta de ropa si se ha incrementado el precio de venta al público sin embargo sigue siendo más costoso contratar una modista.

Tomando en cuenta los tres aspectos para la determinación del precio, se determina que las unidades monetarias que el cliente podría pagar por adquirir las prendas que serán fabricadas es el de menor rango y que menos de la mitad de los posibles clientes consideran que el precio es cómodo.

El precio se seleccionó en concordancia con los costos, el valor del mercado y la disponibilidad de pago de los posibles clientes; así se estableció el valor de hasta 25 dólares en blusas, 30 dólares como base en lo que respecta a faldas y hasta 45 dólares en lo correspondiente a vestidos y chaquetas.

3.12.2 Proyección de los precios.

Para la proyección de las unidades monetarias que costará los productos que la empresa ofrecerá, se tomó en cuenta, las unidades monetarias que establecen tres oferentes en el mercado; la primera persona corresponde a la propietaria de una boutique, la segunda es la modista que más ha producido tomando en cuenta mano de obra, tela e insumos adicionales, es importante destacar que se tomó como base la elaboración de prendas de diseños básicos y

para el último precio se tomó en cuenta a la persona con más relevancia en ventas en el área de estudio; de estos tres datos se elaboró un promedio y a este incrementó el porcentaje de inflación; mismo que se obtuvo realizando un promedio de la inflación de los cinco últimos años información encontrada en la página oficial del Banco Central Del Ecuador que corresponde a 3,01 y así se proyectó para los siguientes 10 años.

Tabla 35. Proyección de precios

| Productos | | Años | | | | | | | | | | |
|-----------|-----------|---------|---------|----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| PRODUCTO | TEXTURAS | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
| FALDAS | Seda | \$32.28 | \$33.25 | \$34.24 | \$35.27 | \$36.33 | \$37.43 | \$38.55 | \$39.71 | \$40.90 | \$42.13 | \$43.40 |
| | Jean | \$32.62 | \$33.60 | \$34.61 | \$35.65 | \$36.72 | \$37.82 | \$38.96 | \$40.13 | \$41.34 | \$42.58 | \$43.86 |
| | Algodón | \$27.30 | \$28.12 | \$28.96 | \$29.83 | \$30.73 | \$31.65 | \$32.60 | \$33.59 | \$34.59 | \$35.63 | \$36.71 |
| | Viscosa | \$29.19 | \$30.06 | \$30.97 | \$31.90 | \$32.86 | \$33.84 | \$34.86 | \$35.91 | \$36.99 | \$38.10 | \$39.25 |
| | Casimira | \$33.99 | \$35.01 | \$36.07 | \$37.15 | \$38.27 | \$39.42 | \$40.60 | \$41.82 | \$43.08 | \$44.38 | \$45.71 |
| | Crepe | \$29.19 | \$30.06 | \$30.97 | \$31.90 | \$32.86 | \$33.84 | \$34.86 | \$35.91 | \$36.99 | \$38.10 | \$39.25 |
| | Gabardina | \$30.56 | \$31.48 | \$32.42 | \$33.40 | \$34.40 | \$35.44 | \$36.50 | \$37.60 | \$38.73 | \$39.89 | \$41.09 |
| BLUSAS | Tafetàn | \$31.59 | \$32.54 | \$ 33.52 | \$34.52 | \$35.56 | \$36.63 | \$37.73 | \$38.87 | \$40.03 | \$41.24 | \$42.48 |
| | Seda | \$28.50 | \$29.35 | \$30.24 | \$31.15 | \$32.08 | \$33.05 | \$34.04 | \$35.06 | \$36.12 | \$37.20 | \$38.32 |
| | Jean | \$21.97 | \$22.64 | \$23.32 | \$24.02 | \$24.74 | \$25.48 | \$26.25 | \$27.04 | \$27.85 | \$28.69 | \$29.55 |
| | Algodón | \$18.54 | \$19.10 | \$19.67 | \$20.26 | \$20.87 | \$21.50 | \$22.15 | \$22.81 | \$23.50 | \$24.20 | \$24.93 |
| | Viscosa | \$19.57 | \$20.16 | \$20.77 | \$21.39 | \$22.03 | \$22.69 | \$23.38 | \$24.08 | \$24.80 | \$25.55 | \$26.32 |
| | Crepe | \$18.54 | \$19.10 | \$19.67 | \$20.26 | \$20.87 | \$21.50 | \$22.15 | \$22.81 | \$23.50 | \$24.20 | \$24.93 |
| | Gabardina | \$18.88 | \$19.45 | \$20.04 | \$20.64 | \$21.26 | \$21.90 | \$22.56 | \$23.23 | \$23.93 | \$24.65 | \$25.39 |
| VESTIDOS | Tafetàn | \$24.38 | \$25.11 | \$25.87 | \$26.64 | \$27.44 | \$28.27 | \$29.12 | \$29.99 | \$30.90 | \$31.82 | \$32.78 |
| | Seda | \$54.94 | \$56.59 | \$ 58.29 | \$60.04 | \$61.85 | \$63.71 | \$65.62 | \$67.59 | \$69.62 | \$71.72 | \$73.87 |
| | Jean | \$43.95 | \$45.27 | \$ 46.63 | \$48.03 | \$49.48 | \$50.96 | \$52.50 | \$54.07 | \$55.70 | \$57.37 | \$59.10 |
| | Algodón | \$30.90 | \$31.83 | \$ 32.79 | \$33.77 | \$34.79 | \$35.83 | \$36.91 | \$38.02 | \$39.16 | \$40.34 | \$41.55 |
| | Viscosa | \$30.39 | \$31.30 | \$ 32.24 | \$33.21 | \$34.21 | \$35.24 | \$36.30 | \$37.39 | \$38.51 | \$39.67 | \$40.86 |
| | Casimira | \$36.40 | \$37.49 | \$ 38.62 | \$39.78 | \$40.97 | \$42.20 | \$43.47 | \$44.78 | \$46.13 | \$47.51 | \$48.94 |
| | Crepe | \$27.47 | \$28.29 | \$29.14 | \$30.02 | \$30.92 | \$31.85 | \$32.81 | \$33.80 | \$34.81 | \$35.86 | \$36.94 |
| CHAQUETAS | Gabardina | \$40.52 | \$41.73 | \$42.99 | \$44.28 | \$45.61 | \$46.98 | \$48.39 | \$49.85 | \$51.35 | \$52.89 | \$54.48 |
| | Tafetàn | \$42.23 | \$43.50 | \$44.81 | \$46.16 | \$47.54 | \$48.97 | \$50.45 | \$51.96 | \$53.52 | \$55.13 | \$56.79 |
| | Seda | \$33.99 | \$35.01 | \$36.07 | \$37.15 | \$38.27 | \$39.42 | \$40.60 | \$41.82 | \$43.08 | \$44.38 | \$45.71 |
| | Jean | \$44.98 | \$46.33 | \$47.72 | \$49.16 | \$50.64 | \$52.16 | \$53.73 | \$55.34 | \$57.00 | \$58.72 | \$60.48 |
| | Algodón | \$32.96 | \$33.95 | \$34.97 | \$36.02 | \$37.11 | \$38.22 | \$39.37 | \$40.56 | \$41.77 | \$43.03 | \$44.32 |
| | Viscosa | \$28.50 | \$29.35 | \$30.24 | \$31.15 | \$32.08 | \$33.05 | \$34.04 | \$35.06 | \$36.12 | \$37.20 | \$38.32 |
| | Casimira | \$41.20 | \$42.44 | \$43.72 | \$45.03 | \$46.38 | \$47.78 | \$49.22 | \$50.69 | \$52.22 | \$53.79 | \$55.40 |
| | Crepe | \$28.50 | \$29.35 | \$30.24 | \$31.15 | \$32.08 | \$33.05 | \$34.04 | \$35.06 | \$36.12 | \$37.20 | \$38.32 |
| | Gabardina | \$37.43 | \$38.55 | \$39.71 | \$40.90 | \$42.13 | \$43.40 | \$44.70 | \$46.05 | \$47.43 | \$48.86 | \$50.33 |
| | Tafetàn | \$37.77 | \$38.90 | \$40.07 | \$41.28 | \$42.52 | \$43.80 | \$45.11 | \$46.47 | \$47.87 | \$49.31 | \$50.79 |

Fuente: Encuesta, Entrevistas Y Encuestas

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

3.13 Comercialización

Los productos serán comercializados en un local ubicado en Otavalo por la calle Bolívar, lugar donde hay afluencia de personas y podrán conocer del producto a través de una página web de ropa y redes sociales como Facebook, Instagram y Twiter.

Otra forma de comercialización que se utilizará es venta directa por catálogo esto no solo por el bien de la empresa, sino que también se darán oportunidades a personas que quieran formar parte de la empresa para que a través de ellas se llegue a más personas en el mercado.

3.13.1 Producto.

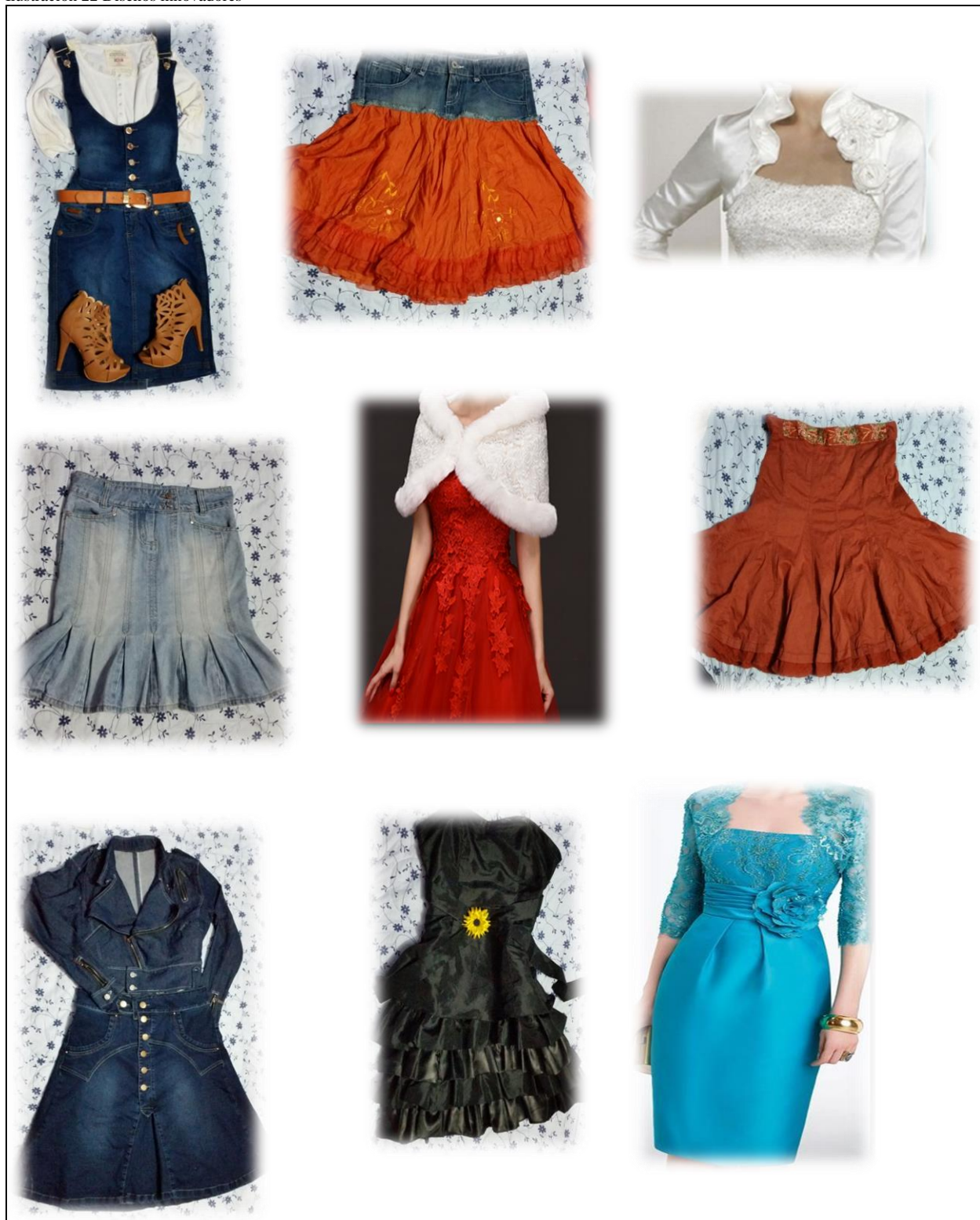
Los productos que se fabricarán son faldas, blusas, vestidos y chaquetas de diferentes colores con diseños acordes a las tendencias actuales que rompan la monotonía demostrando un verdadero cambio, se usarán diferentes texturas como seda, tafetán, jean, algodón, viscosa, cachemira, crepé a precios accesibles y de excelente calidad.

A continuación, se presenta un cuadro comparativo de gráficos con los diseños tradicionales e innovadores:

Ilustración 21. Diseños tradicionales



Ilustración 22 Diseños innovadores



Elaborado por: Gisela flores
Año: 2017

3.13.2 Precio.

Los precios se han establecido de acuerdo al mercado actual por supuesto que estos cubren los costos y gastos en los que se incurrirá para la confección de estas prendas de vestir, todo esto con el fin de ofrecer una sana y libre competencia se elaborarán faldas a un precio de \$32.50 hasta \$35.00, blusas a \$20.00 hasta \$28.00, vestidos de alta costura, en diseños de gala, casuales y deportivos a \$28.00 hasta \$55.00 y chaquetas desde \$28.50 hasta \$45.00 el precio variará dependiendo del tipo de material con el que sea elaborada la prenda, el detalle de precios por material utilizado se encuentra en la tabla anterior.

3.13.3 Promoción.

Siempre es importante mantener al cliente satisfecho, a gusto con el producto y servicio por lo tanto por cada compra realizada, tendrá un adorno como complemento a su prenda (rosa de tela, lacitos) existirá variedad de colores y diseños dependiendo del gustos y decisión del cliente.

Ilustración 23. Adornos complementos de prendas de vestir



Elaborado por: Gisela flores
Año:2017

3.13.4 Publicidad.

Para dar a conocer los productos se utilizará algunas estrategias de márketing digital tales como páginas web, redes sociales, catálogos virtuales de esa manera se captarían clientes jóvenes, esta herramienta minimiza costos y es de tiempo real o de inmediato resultado.

Quienes no tienen acceso a este tipo de tecnología se prepararán volantes con fotografías de las prendas de vestir, catálogos en el que se les informará acerca de las innovaciones que se realizarán, lugares de venta, promociones y precios y finalmente de ser necesario se contratarán los servicios de una radio.

3.13.5 Canales de distribución.

Esencialmente se venderá el producto con este esquema l de comercialización.

Ilustración 24. Canales de distribución



Se ha determinado comercializar de manera directa al consumidor y esto se lo hará a través de catálogos de ropa y mediante la implementación de un local o boutique de manera que las prendas de vestir lleguen a un mayor número de mujeres evangélicas.

En el caso de ser necesario se realizará ventas a través de catálogos a algunas trabajadoras y en el caso de que realicen ventas mayores darles incentivos por el trabajo elaborado.

3.14 Conclusiones del estudio de mercado

En el cantón Otavalo existe un porcentaje creciente de mujeres evangélicas que desean adquirir los productos, los oferente no cubren totalmente la demanda insatisfecha lo que demuestra la existencia de un mercado potencial atractivo.

Se han determinado las estrategias de comercialización basado en las 4P, conformado por producto, precio, canales de distribución (plaza) y promoción, de acuerdo a los datos obtenidos en las encuestas realizadas, también se ofrece al mercado prendas de vestir con valor agregado sin perder la esencia de las mujeres evangélicas.

CAPÍTULO IV

4. Estudio técnico

4.1 Introducción

El estudio técnico permite al inversionista tomar en cuenta aspectos de suma relevancia para el desarrollo de la empresa como respuesta a las necesidades del mercado, así pues es posible determinar los recursos financieros, materiales, tecnológicos, técnicos, humanos, las instalaciones, la macro y micro localización, el tamaño de inversión, el tamaño de la planta, y finalmente la descripción de los procesos o ingeniería del proyecto, todo esto para ofrecer una herramienta que permita tomar decisiones a fin de proporcionar productos de excelente calidad a costos razonables.

4.1.1 Objetivo general.

Elaborar un estudio técnico a través de proyecciones y estimaciones, de manera que sea posible la localización, tecnología y la ingeniería del proyecto, que permita conocer los recursos económicos necesarios para el desarrollo e inversión inicial del proyecto, el ambiente y tamaño de planta.

4.1.2 Objetivos específicos.

1. Establecer la mejor ubicación de la planta de producción y el lugar de comercialización de la empresa.
2. Establecer el tamaño de la inversión a través de la selección de recursos y datos obtenidos en la investigación de mercado para conocer la capacidad de producción.

3. Representar los procesos de producción requeridos para el desarrollo de los productos de manera sistemática y ordenada mediante diagramas de flujo.
4. Conocer las fuentes de financiamiento y el total de inversión inicial necesario para que la empresa comience sus actividades productivas.
5. Determinar los recursos: material, tecnológico y humano necesario para el buen funcionamiento de la organización.
6. Mostrar el diseño de la planta e instalaciones requeridas por la organización.

4.2. Localización.

La ubicación de la planta es un aspecto cuya influencia puede generar todo tipo de ventajas y beneficios para la empresa por lo que se deben tomar en cuenta características que estén directamente relacionados con la producción y comercialización.

El terreno seleccionado debe presentar características favorables tales como como la cercanía a proveedores, existencia de servicios básicos, fácil acceso en vías de transporte; cabe destacar un alto nivel de incidencia, en el aspecto de la afluencia de personas, en ese caso se tomará en cuenta el valor de más peso y se tomará la decisión de acuerdo a la necesidades de la empresa.

Se ubicará la planta de producción y la zona de comercialización en localidades diferentes, porque los espacios cercanos a la planta de producción presentan facilidad en el desarrollo de las actividades productivas de esta manera será posible minimizar costos, sin embargo presenta deficiencia en el desarrollo comercial ya que la mayor aglomeración de personas está en el centro de Otavalo así pues se arrendará un local para las ventas y conseguir mayores niveles de ventas.

4.2.1 Macro localización.

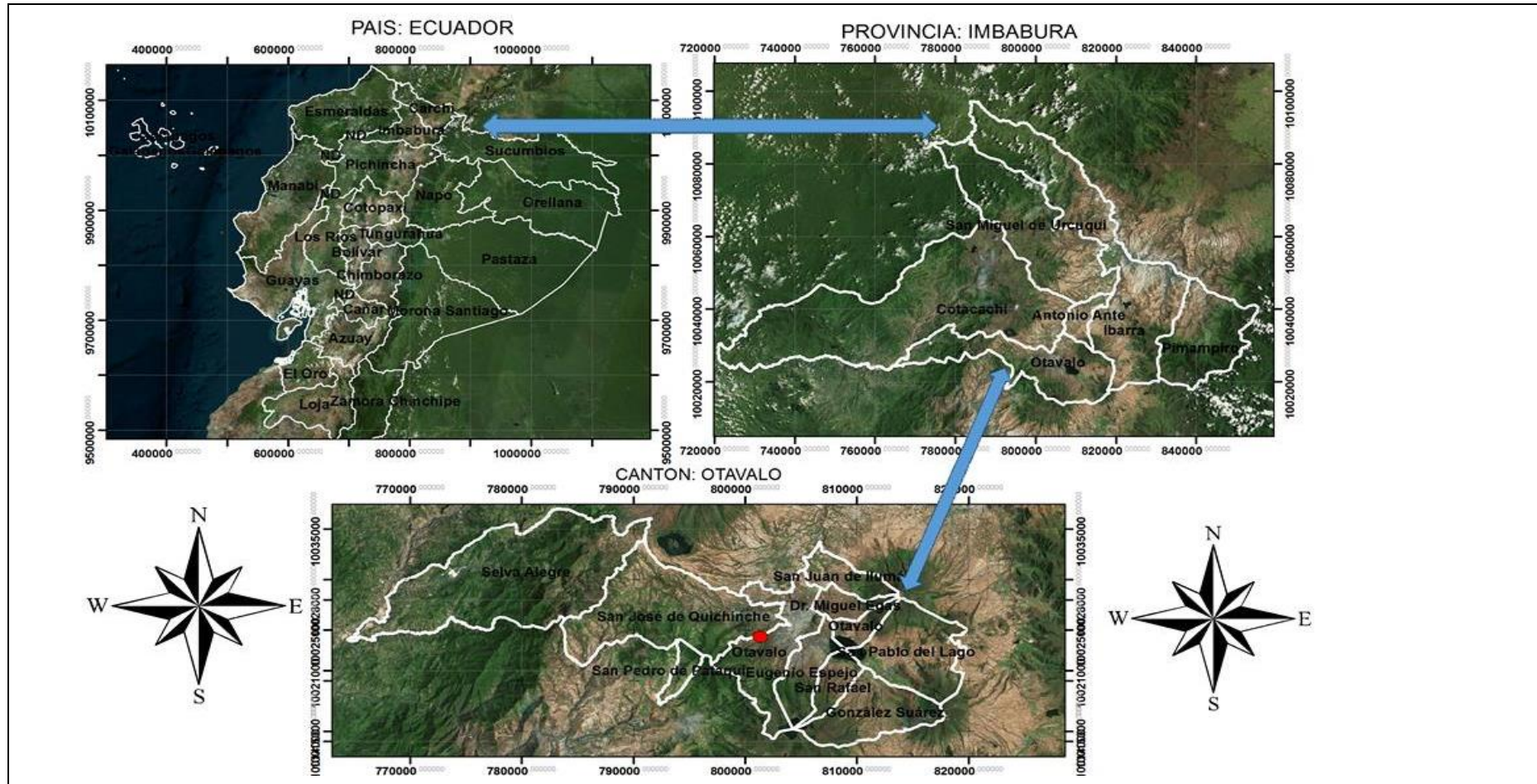
La empresa estará ubicada en el territorio Ecuatoriano, Provincia de Imbabura, Cantón Otavalo, ubicado al norte del país con una superficie de 528 kilómetros cuadrados.

Actualmente cuenta con vías terrestres en excelente estado, además presenta cercanía para el acceso de materia prima en Atuntaqui e Ibarra, los servicios básicos son constantes, aquí predomina la existencia de mano de obra artesana lo que representa beneficios para la entidad.

El desarrollo productivo y comercial comienza con la correcta ubicación de la empresa, no se trata solo de la existencia de un espacio físico donde trabajar se refiere a minimizar costos y maximizar ganancias por lo que debe ser un lugar estratégico que permita al inversionista obtener seguridad en el despacho de mercadería seguridad, recepción de materia prima y sobre todo asegurar la constancia en la producción con todos los servicios necesarios.

A continuación se presenta un gráfico que muestra la ubicación del cantón Otavalo:

Ilustración 25. Ubicación de Otavalo



Elaborado: La autora
 Fuente: Google Maps
 Año: 2016

4.2.2 Micro localización.

Al establecer el lugar exacto de ubicación de la empresa se limitará la localización de la planta de producción y el sitio de comercialización, el mismo que será arrendado.

Se realizó un proceso de selección de aspectos técnicos, los cuales ayudan a definir el lugar idóneo para el presente proyecto.

En esta tabla se utilizó el método de puntajes ponderados, por su sencillez y efectividad. En la primera columna se define los factores de localización tanto claves como secundarios, en la segunda columna se asigna a los factores de localización un peso según el grado de importancia que tenga en el proyecto y la suma de este debe ser igual a 1, en las columnas de clasificación se han asignado la siguiente escala: Excelente 4, Muy buena 3, Buena 2, Regular 1 y Mala 0 de acuerdo a la disponibilidad de los factores de localización que tenga el lugar en este caso los tres ciudadelas y las columnas de ponderación se obtiene multiplicando el peso por la calificación de cada ciudadela. En ubicación se suma la ponderación y se selecciona la ubicación con mayor puntaje ponderado.

Los aspectos relevantes que se deben cumplir son los siguientes:

-Materia prima disponible. Es importante porque mientras más cerca se encuentre ubicados los proveedores de la materia prima, menor será el costo de transporte del producto.

-Mano de obra calificada. La cercanía del mercado laboral es otro factor clave y de gran importancia ya que debe existir mano de obra calificada para producir prendas de vestir de calidad. La mayoría de las personas con experiencia en la confección de este tipo de prendas de vestir se encuentran cercanas a la ciudadela seleccionada, puesto que estas prestan servicios en distintas empresas de confección algunas incluso viajan a otros cantones en busca de trabajo.

-Energía Eléctrica. La maquinaria a utilizar en este proyecto requiere de este servicio básico de manera permanente.

-Clientes. Este es un factor decisivo porque depende de la mayor concentración de demandantes para ubicar la planta de producción, con el objetivo de llegar oportunamente al cliente, a través de una mejor comunicación, distribución y comercialización de las prendas de vestir es por eso que el local se arrendará en el centro del Cantón.

-Transporte. Las carreteras son el principal medio para la transportación de materia prima y la distribución de prendas de vestir de forma rápida, segura y a costos bajos, para ello se deben encontrar en buen estado..

-Agua. Este servicio es necesario, debe estar disponible permanentemente ya que se lo utiliza en algunos procesos de producción y permite mantener la higiene del personal de la organización.

-Aspectos fiscales y financieros. Antes de instalar la planta se debe tomar en cuenta si existen instituciones financieras que apoyen facilitando el acceso a créditos, los tipos de impuestos, tasas y contribuciones se aplican para que se pueda desarrollar las actividades normalmente.

Tabla 36. Matriz de micro localización

| FACTORES | PESO | Cdla. LOS LAGOS | | Cdla. MIRA VALLE | | Cdla. PUNYARO | |
|---------------------------------|----------|-----------------|-------------|------------------|-------------|---------------|-------------|
| | | CALF | POND | CALF | POND | CALF | POND |
| M.P. disponible | 0.16 | 1 | 0.16 | 3 | 0.48 | 2 | 0.32 |
| M.O. calificada | 0.13 | 3 | 0.39 | 4 | 0.52 | 3 | 0.39 |
| Energía Eléctrica | 0.1 | 4 | 0.4 | 4 | 0.4 | 4 | 0.4 |
| Clientes | 0.21 | 2 | 0.42 | 1 | 0.21 | 2 | 0.42 |
| Transporte | 0.1 | 3 | 0.3 | 4 | 0.4 | 4 | 0.4 |
| Comunicaciones | 0.05 | 3 | 0.3 | 4 | 0.4 | 4 | 0.4 |
| Agua | 0.05 | 4 | 0.2 | 4 | 0.2 | 4 | 0.2 |
| Características del lugar | 0.1 | 3 | 0.15 | 4 | 0.2 | 4 | 0.2 |
| Aspectos fiscales y financieros | 0.1 | 2 | 0.2 | 2 | 0.2 | 2 | 0.2 |
| TOTAL | 1 | | 2.52 | | 3.01 | | 2.93 |

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Ilustración 26. Ubicación de la ciudadela Mira Valle



Elaborado: La autora
Fuente: Google Maps
Año: 2016

La localización de la planta de producción seleccionada es en el cantón Otavalo, parroquia Jordán Ciudadela:” MIRA VALLE” debido a que presenta el mayor puntaje ponderado. Para iniciar el negocio se situará en el centro de Otavalo el local comercial en las Calles: Bolívar entre Mejía esto por la afluencia de posibles clientes.

4.3 Ingeniería del proyecto

En la ilustración 27 se muestra el diseño de la planta de producción, misma que contiene las siguientes áreas:

- ❖ Departamento de producción: corte, unido o confección, terminado, empaque.
- ❖ Departamento administrativo: gerencia, contabilidad, administración.

❖ Bodega

El terreno donde se construirá la planta de producción pertenecerá a la empresa mientras que el sitio de comercialización será alquilado, la ubicación es en las calles Bolívar – Mejía, queda localizado a tres cuadras del parque Simón Bolívar, tiene un área de 45 m², la decoración se muestra en la ilustración 28. El valor mensual de arriendo será se máximo 180 dólares.

La distribución, ubicación y medidas de cada departamento se han elaborado de acuerdo a las necesidades de la empresa optimizando costos.

El costo total de la producción estimado de acuerdo con el diseño realizado por la arquitecta Liseth Paredes Córdova es de 32,840.70 dólares, en este precio se incluyen todos los rubros para acabados e instalaciones de servicios básicos, teléfono e internet.

Tabla 37. Distribución de la planta

| DISTRIBUCION DE LA PLANTA DE PRODUCCIÓN | | |
|--|---------------|---------------------|
| DEPARTAMENTOS | m2 | VALOR \$ |
| RECEPCIÓN | 24.72 | \$ 2,966.40 |
| FINANCIERO | 7.42 | \$ 890.40 |
| RECURSOS HUMANOS | 7.42 | \$ 890.40 |
| ÁREA DE PRODUCCIÓN | 124.4 | \$ |
| (DISEÑO,CORTE,ESTAMPADO,ALMACENAMIENTO,ACABADO Y EMPAQUETADO) | 0 | 14,928.00 |
| CONTROL DE CALIDAD | 22.54 | \$ 2,704.80 |
| ALMACEN | 14.50 | \$ 1,740.00 |
| PARQUEADEROS | 75.69 | \$ 5,298.30 |
| GERENCIA | 15.50 | \$ 1,860.00 |
| BAÑO GERENCIA | 2.27 | \$ 181.60 |
| BAÑO ADMINISTRATIVO | 2.38 | \$ 190.40 |
| BATERIAS SANITARIAS | 14.88 | \$ 1,190.40 |
| TOTAL | 311.72 | \$ 32,840.70 |

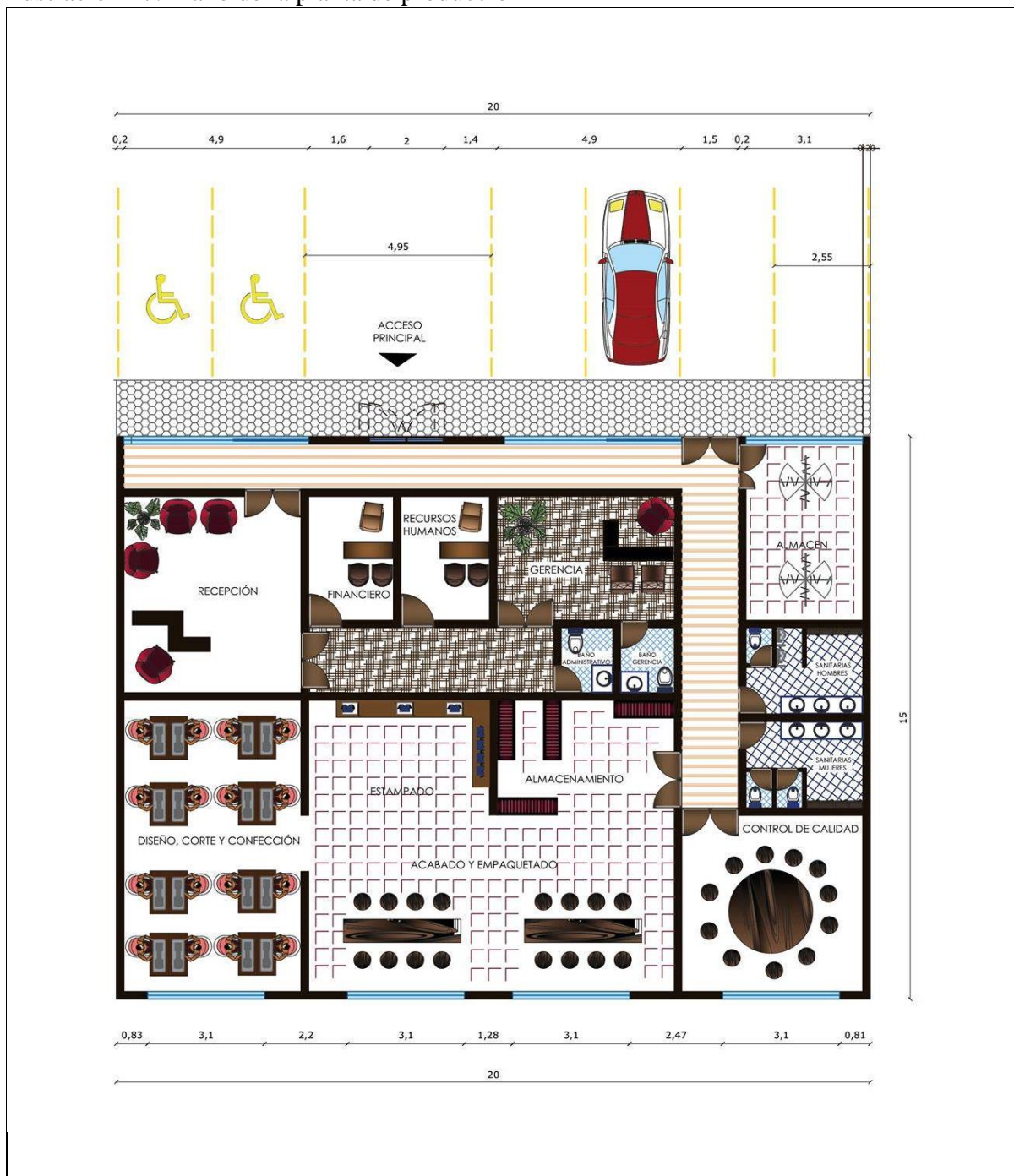
Elaborado: La autora

Fuente. Arquitecta Johana Liseth Paredes Córdova

Año: 2016

A continuación la ilustración 27 muestra la distribución física de la planta de producción de manera detallada especificando la ubicación de los departamentos.

Ilustración 27. Plano de la planta de producción

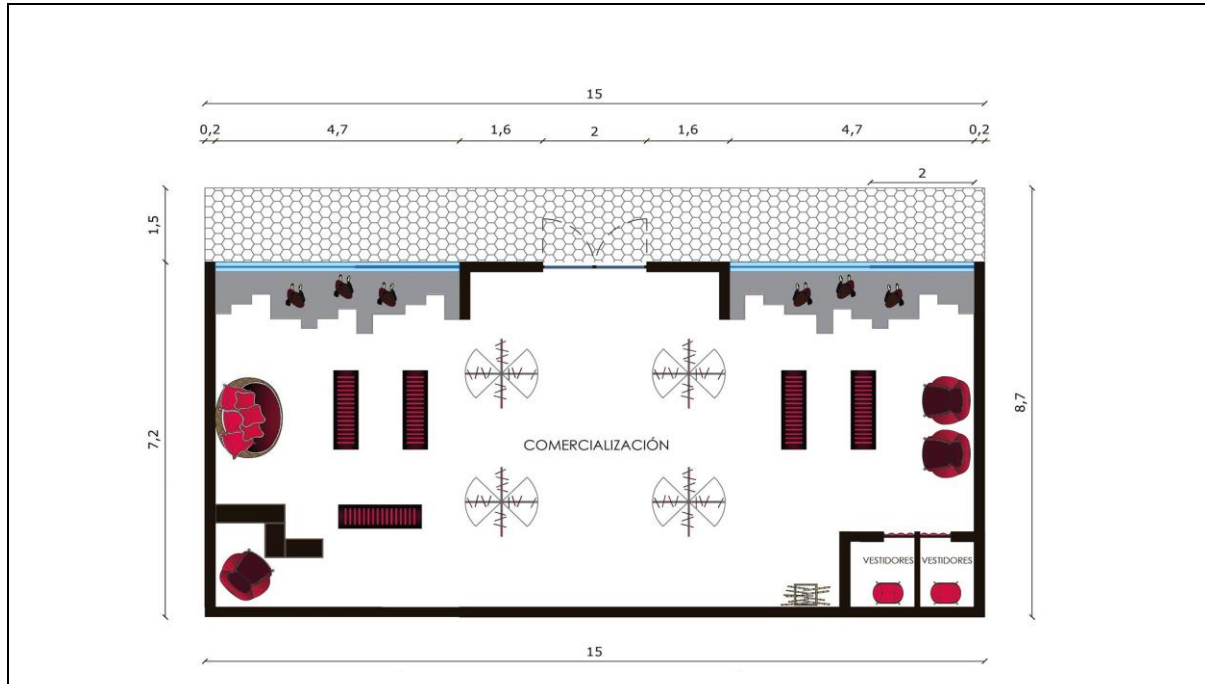


Elaborado: Arquitecta Liseth Paredes

ESCALA 1:100

Año: 2016

Ilustración 28. Plano del área Comercial



Elaborado: Arquitecta Liseth Paredes

ESCALA 1:75

Año: 2016

4.4 Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto expresa la capacidad de producción de la organización durante el período de vida del proyecto, cabe destacar el tamaño del proyecto tendrá relación de dependencia de varios factores tales como el financiamiento, el mercado y la tecnología; para establecerlo se toman en cuenta los resultados del estudio de mercado, la participación del proyecto respecto a la demanda insatisfecha y la capacidad instalada.

4.4.1 Disponibilidad de materia prima.

Ofrecer un producto de calidad al cliente comienza con la correcta selección de la materia prima; con aspecto elegante y a excelentes precios, así pues en lo que respecta a materiales para el desarrollo de las prendas de vestir se encuentran las siguientes:

-**TELAS.** Son el principal componente del producto su selección es de acuerdo al tipo de prenda que se desea confeccionar, y la unidad de medida es en metros, existe una variedad de telas. Para la selección de las telas se tomó en cuenta:

❖ Calidad

❖ Precio

Tomando en cuenta el criterio de los clientes se ha seleccionado principal materia prima.

Tabla 38. Tipos de tela

| TELA | CARACTERÍSTICAS | USO |
|------------------|---|--------------------------------------|
| JEAN. | Existen todo tipo de telas jean, stress, normal, desgastada, manchada, envejecida. | Faldas, blusas, vestidos, chaquetas. |
| TAFETÁN. | Tela delgada seda sintética muy tupida y de superficie lustrosa. | Faldas, blusas, vestidos, chaquetas. |
| CREPÉ. | Tela delgada liviana de seda o algodón y otros tipos de tejidos de apariencia áspera y arrugada. | Vestidos, Chaquetas. |
| ALGODÓN. | Se caracteriza por su Resistencia absorbencia y facilidad con que se lava y se tiñe. Se emplea géneros textiles diversos. | Blusas, vestidos, chaquetas. |
| VISCOSA. | Seda artificial, suave acepta teñido tiende a encogerse. | Blusas, vestidos. |
| GABARDINA | Terminación nítida ,tejido denso durable, resistente al desgaste, difícil de planchar, brilla con el uso | Faldas, blusas, vestidos, chaquetas |
| RANDAS | Las randas son telas brillantes de todo tipo malla en forma floral son ideales para adornar todo tipo de prendas de vestir. | Vestidos |
| CACHEMIRA | Suave muy liviana | Chaquetas, faldas. |

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Para adquisición de las telas los proveedores de localización más cercana, son las empresas: Pinto, Indutexma y el Barato importadora de telas; todas estas empresas presentan variedad productos de calidad, se encuentran ubicadas en la ciudadela Collahuazo primera etapa frente al sindicato de choferes, en el centro de Otavalo Calle Roca 436 - Mejía y finalmente las Calles Modesto Jaramillo 5-58 y Morales, (Sucursal: Colón 3-62 y Bolívar), Barrio: Central respectivamente.

Para la producción de las prendas se utilizará variados tipos de telas puesto que a través de la encuesta se determinó que las clientes tienen una gama selectiva materiales, cabe destacar que se producirá mayor cantidad las prendas de vestir en tela jean pues es la favorita en el mercado meta.

-HILOS: El tipo de hilo que se va a utilizar es de calibre 30/2 poliéster, de calidad media, grueso, resistente y de buen costo en existencia de varios colores.

-ACCESORIOS: Aquí se consideran los botones, cierres, encajes, cintas, prendedores y pedrería mismos que serán obtenidos constantemente; estos se adquieren por piezas, metros lineales y unidades.

Los proveedores ofrecen precios razonables, existen descuentos por un alto volumen de compra; la atención al cliente es excelente y se caracterizan por su eficiencia en las entregas, además presentan variedad de insumos y tienen productos sustitutos.

Para el caso del proyecto se ha tomado al Barato como el principal proveedor de materia prima por las oportunidades de compra y pago. Distribuyen cualquier cantidad de tela y no es obligatorio comprar el tubo completo de tela; de todas las empresas ésta es la que ofrece mayor porcentaje de descuento, variedad de telas para elaboración de todo tipo de prendas de vestir, ofrecen también facilidad de acceso a crédito directo

4.4.2 Disponibilidad de mano de obra.

El recurso humano es muy importante en la empresa; encontrar personal que ofrezca seguridad, efectividad en el desarrollo de todas a las actividades de producción de manera que se obtenga un producto de calidad y con originalidad.

La ubicación de la planta ha considerado la disponibilidad de mano de obra que evidentemente existe en la localidad así se propuesto la contratación de:

Tabla 39. Recurso humano

| ÁREAS | ACTIVIDAD O PUESTO | No. DE PERSONAS | HABILIDAD O ESTUDIOS NECESARIOS | ACTIVIDAD |
|--------------------|------------------------|-----------------|---|--|
| PRODUCCIÓN | Diseñador/modista | 1 | Ingeniero en Diseño y Modas. | *Crear los diseños *Establecer cantidad de tela |
| | Cortador | 1 | Experiencia en corte, trazos y diseño. | *Cortar las prendas |
| | Costureras | 4 | licenciadas o Bachiller en corte-confección | *Unión y pegado de prendas *Pegado de pedrería la prenda *Pegado de pedrería, botones y escarchas *Elaboración de adornos *Planchado *Empaque |
| | Obreros para terminado | 1 | Bachiller, experiencia en costura. | *Control de la producción *Control de calidad *Gerencia y administración los recursos de la empresa |
| CONTROL DE CALIDAD | Jefe de producción | 1 | Licenciados o Bachiller en corte-confección | *Contabilizar los recursos económicos de la empresa *Encargado de recursos humanos |
| ADMINISTRACIÓN | Gerente | 1 | Ingeniero en Administración de Empresas. | *Ventas *Márqueting *Desarrollo de los catálogos |
| VENTAS | Jefa de Ventas | 1 | Ingeniera en márketing | |
| | Vendedor de almacén | 1 | Experiencia en ventas | |

Fuente: La Autora
Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Todo el personal debe contar con la experiencia necesaria para desarrollar actividades productivas y cada uno recibirá una remuneración de acuerdo a las tablas de mínimos sectoriales establecidas por el Ministerio Del Trabajo. Todos los empleados trabajarán 8 horas diarias en un horario de 7:30 hasta las 12: 30 am y de 14:00 hasta 17:00 pm de lunes a viernes.

4.4.3 Disponibilidad de financiamiento.

El financiamiento para la empresa productora de ropa estará conformada de una inversión, propia y también externa; después de realizar una investigación y análisis en la oferta de las entidades del sector financiero bancos y cooperativas de Otavalo la elección de la empresa se la elaborará en base a la tasa de interés que mejor se ajuste a la actual situación económica.

El desarrollo del país depende de la creación de emprendimientos que ofrezcan fuentes de trabajo, mejoren la calidad de vida de la población y del país por lo que se toma en cuenta también el financiamiento público ya que están otorgando a crédito a menor interés que en muchas empresas de financiamiento privado.

El tamaño del proyecto se ha calculado en base al tiempo, maquinaria, recursos materiales fijos y variables que necesitará la empresa, lo que demuestra una demanda de una fuente de financiamiento externo.

Así se ha seleccionado al banco Pacífico ya que ofrece créditos para PYMES con una tasa de interés anual del 11,83%.

4.5 Capacidad instalada

La capacidad instalada se ha calculado tomando en cuenta ocho horas diarias de labor, el criterio de la señorita Valeria Gonzales trabajadora de la empresa Pinto quien proporcionó información acerca de los tiempos aproximados para el diseño y la confección de las prendas de vestir, se ha analizado cada departamento que forma parte de la producción, se elaboró un cálculo individual de cada proceso; tomando como base el tiempo más tardío que es el de las actividades de unión y terminado. Se debe destacar también el porcentaje de 20% de probabilidad de que exista cualquier tipo de contingencia o atraso en la producción y la capacidad de producción de la maquinaria. De acuerdo a los recursos con lo que contará la empresa se puede producir las cantidades que muestra la tabla 38.

Tabla 40. Capacidad de producción departamento de diseño

| PRODUCTO | PERSONAL | MINUTOS POR CADA PRENDA | CAPACIDAD DE UNIDADES DE PRODUCCIÓN | | | | TOTAL DE PRODUCCIÓN Unidades |
|-----------|----------|----------------------------------|-------------------------------------|---------|---------|-------|------------------------------------|
| | | | DIARIA | SEMANAL | MENSUAL | ANUAL | |
| FALDAS | 1 | 53 | 9 | 44 | 175 | 2095 | 1676 |
| BLUSAS | | 24 | 20 | 100 | 400 | 4800 | 3840 |
| VESTIDOS | | 60 | 8 | 40 | 160 | 1920 | 1536 |
| CHAQUETAS | | 40 | 12 | 60 | 240 | 2880 | 2304 |

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Tabla 41. Capacidad de producción departamento de corte

| PRODUCTO | PERSONAL | MINUTOS POR CADA PRENDA | CAPACIDAD DE UNIDADES DE PRODUCCIÓN | | | | TOTAL DE PRODUCCIÓN Unidades |
|-----------|----------|----------------------------------|-------------------------------------|---------|---------|-------|------------------------------------|
| | | | DIARIA | SEMANAL | MENSUAL | ANUAL | |
| FALDAS | 2 | 15 | 64 | 160 | 640 | 7680 | 6144 |
| BLUSAS | | 13 | 74 | 185 | 738 | 8862 | 7089 |
| VESTIDOS | | 13 | 74 | 185 | 738 | 8862 | 7089 |
| CHAQUETAS | | 20 | 48 | 120 | 480 | 5760 | 4608 |

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Tabla 42. Capacidad de producción departamento confección y terminado.

| PRODUCTO | PERSONAL | MINUTOS POR CADA PRENDA | CAPACIDAD DE UNIDADES DE PRODUCCIÓN | | | | TOTAL DE PRODUCCIÓN Unidades |
|-----------|----------|-------------------------------|-------------------------------------|---------|---------|-------|------------------------------------|
| | | | DIARIA | SEMANAL | MENSUAL | ANUAL | |
| FALDAS | 1 | 39 | 12 | 62 | 246 | 2954 | 2363 |
| BLUSAS | | 44 | 11 | 55 | 218 | 2618 | 2095 |
| VESTIDOS | | 43 | 11 | 56 | 223 | 2679 | 2143 |
| CHAQUETAS | | 43 | 11 | 56 | 223 | 2679 | 2143 |

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Tabla 43. Capacidad de producción departamento empaque

| PRODUCTO | PERSONAL | MINUTOS POR CADA PRENDA | CAPACIDAD DE UNIDADES DE PRODUCCIÓN | | | | TOTAL DE PRODUCCIÓN Unidades |
|-----------|----------|----------------------------------|-------------------------------------|---------|---------|-------|------------------------------------|
| | | | DIARIA | SEMANAL | MENSUAL | ANUAL | |
| FALDAS | 2 | 7 | 137 | 343 | 1371 | 16457 | 13166 |
| BLUSAS | | 10 | 96 | 240 | 960 | 11520 | 9216 |
| VESTIDOS | | 18 | 53 | 133 | 533 | 6400 | 5120 |
| CHAQUETAS | | 10 | 96 | 240 | 960 | 11520 | 9216 |

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

Para el cálculo de la capacidad de producción se tomó el número de operarios; para conocer la producción diaria se estableció una división de los minutos totales de trabajo para el tiempo estimado en el que la operaria demora en elaborar la actividad. Para el cálculo semanal se multiplicó por la producción diaria por los días laborables en la semana, en lo que respecta a la

cantidad mensual, se realiza el producto de la cantidad semanal por el número de semanas del mes y se repite el proceso para determinar la cantidad anual en condiciones normales; la columna de total de producción hace referencia al 80% cantidad de producción.

Así se determinará el porcentaje de cobertura de la demanda insatisfecha que será del 65% en lo que respecta a chaquetas, blusas y del 55% para faldas y vestidos porque existe una tendencia de la moda a ser cambiante.

Tabla 44. Cobertura de la demanda a satisfacer

| PRODUCTO | CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN UNIDADES | DEMANDA INSATISFECHA | COBERTURA |
|-----------------|---|---------------------------------|------------------|
| FALDAS | 2363 | 3817 | 2080 |
| BLUSAS | 2095 | 1827 | 1187 |
| VESTIDOS | 2143 | 3439 | 1874 |
| CHAQUETAS | 2143 | 450 | 293 |
| TOTAL | 8744 | 9533 | 5435 |

Fuente: La Autora

Elaborado por: La Autora





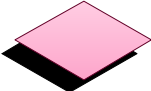




Año: 2017

4.6 Diseño del proceso productivo

Los productos que se elaborarán tienen similitud por lo que existirá un procedimiento general para describir la elaboración de blusas, vestidos, faldas y chaquetas. En la ilustración 28 se demostrará los procesos base para el desarrollo de las actividades y procesos.

4.6 .1 Simbología de flujo gramas.

Ilustración 29. Simbología del diagrama de flujo de procesos

| SÍMBOLOS | NOMBRE | DESCRIPCIÓN |
|---|------------------|---|
|  | Inicio o termino | Señala donde inicia o donde podría terminar el diagrama de flujo. |
|  | Proceso | Indica el procedimiento principal, contiene varias actividades y subprocesos. |
|  | Subproceso | Expresa un pequeño proceso que se encuentra dentro de otro proceso. |
|  | Documento | Expresa la necesidad o requerimiento de documentación. |
|  | Decisor | Indica la toma de una decisión. |
|  | Operación | Significa la elaboración de un cambio o transformación. |
|  | Datos | Expresa la necesidad de uso de datos sean estos internos o externos. |
|  | Base de datos | Determina la existencia de un conjunto de datos. |
|  | Datos externos | Datos obtenidos en fuentes externas. |

Elaborado: La autora
Fuente: Windows Visio
Año: 2016

Ilustración 27. Simbología de diagrama de operaciones









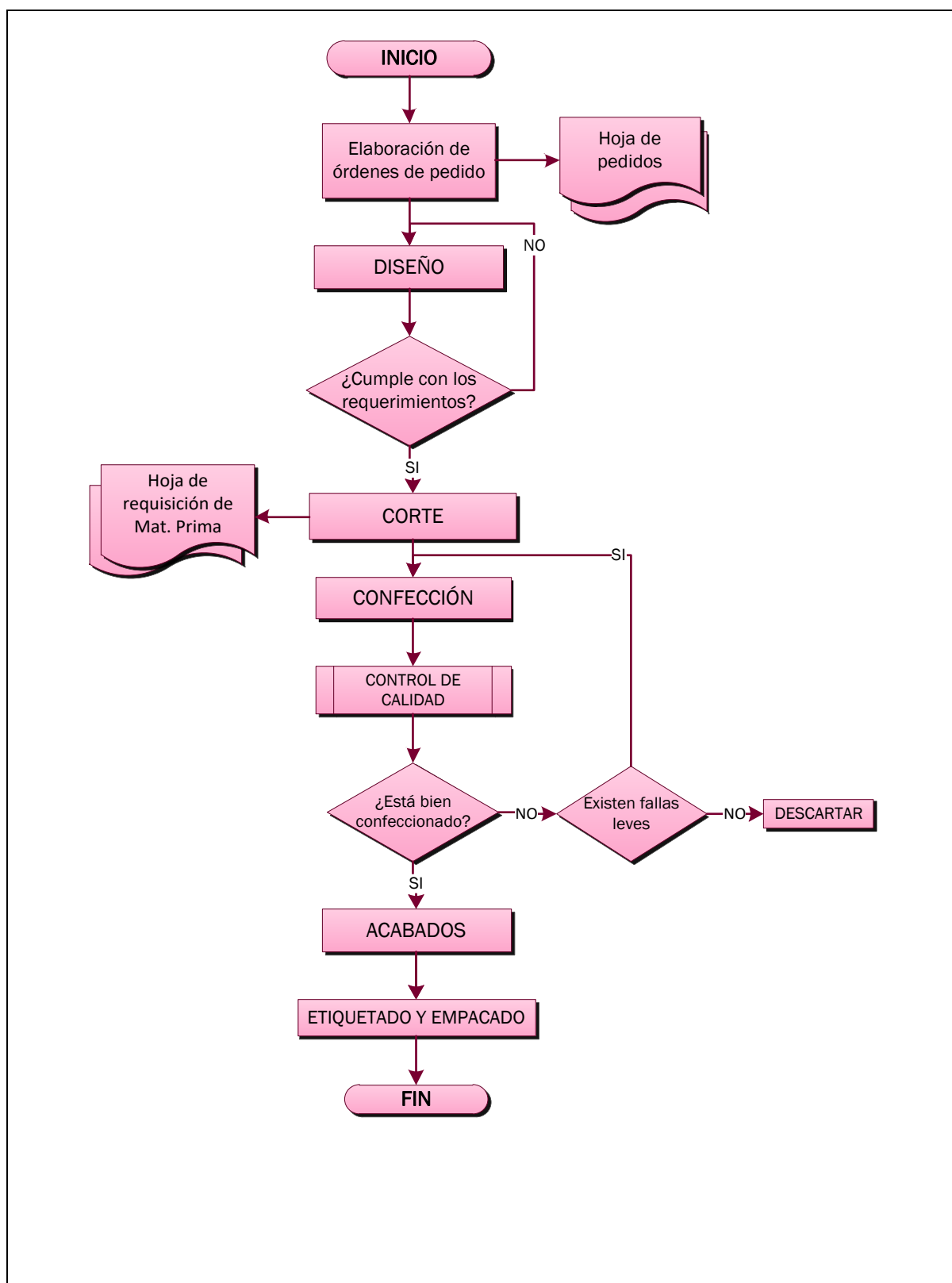
| SÍMBOLOS | NOMBRE | DESCRIPCIÓN |
|---|-----------------------|---|
|  | Operación simple | Indica las actividades principales para el desarrollo del producto. |
|  | Operaciones combinada | Indica dos o más actividades simultaneas. |
|  | Demora | Indica demora entre dos actividades o un tiempo extra para la ejecución las actividades. |
|  | Transporte | Indica el movimiento de materiales, o traslado de un lugar a otro. |
|  | Almacenamiento | Indica el depósito de algun objeto o producto en un almacén. |
|  | Inspección | Verifica, controla y asegura la correcta ejecución de las actividades para obtener productos de calidad . |
|  | Línea de flujo | Úne e indica la secuencia de las actividades. |
|  | Selección | Muestra que tipo de actividad se va ha realizar, tambien se puese seleccionar con un x. |

Ilustración 28. Diagrama del proceso de producción



Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio técnico
Año: 2016

Ilustración 29. Diagrama del proceso de comercialización

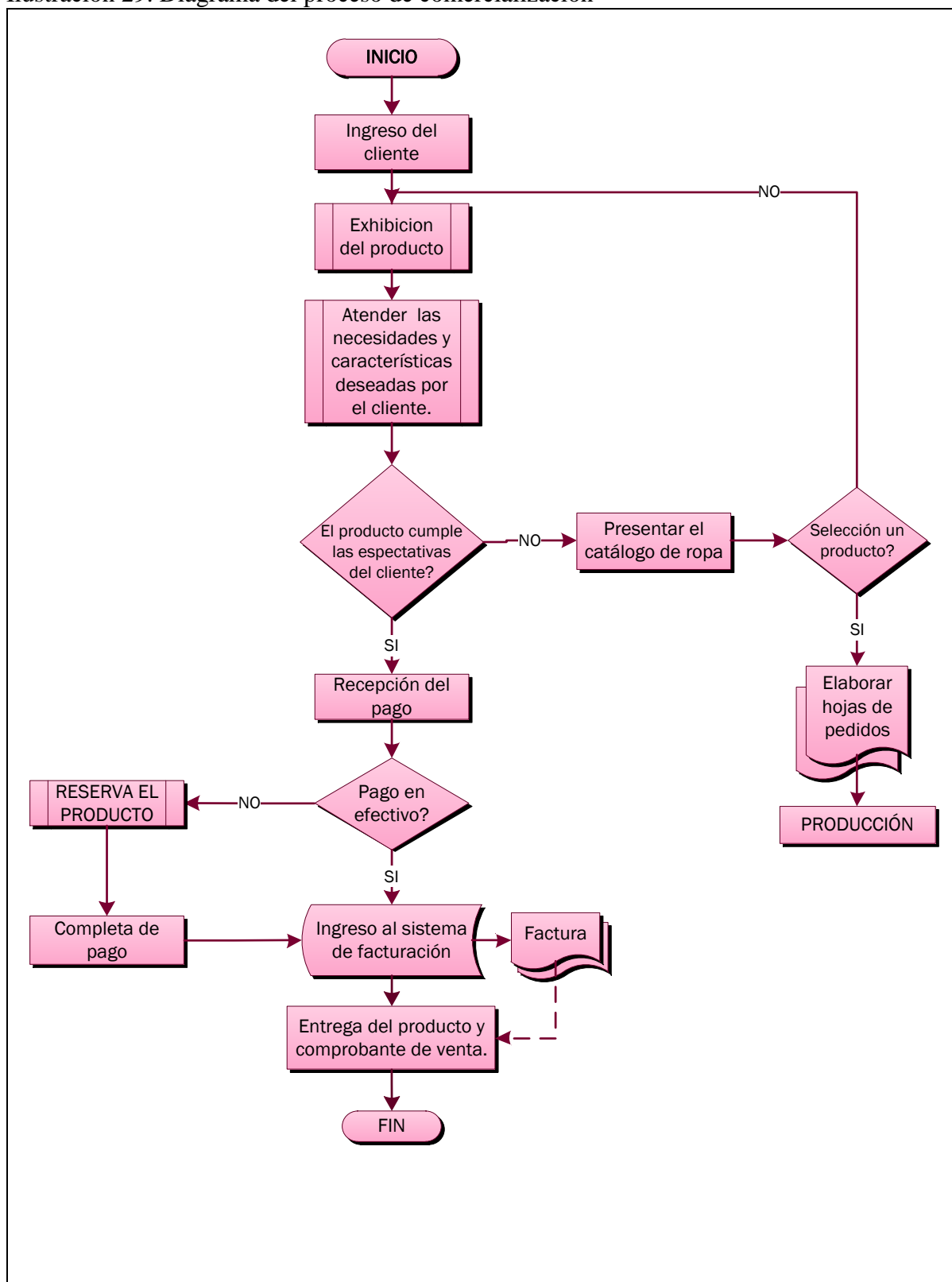


Ilustración 30. Diagrama de operación de la elaboración de un vestido de gala

| SIMBOLOGÍA | | | | | | ACTIVIDAD | TIEMPO EN MINUTOS |
|------------|---------------------|------------|--------|------------|---------|---|-------------------|
| Operación | Actividad combinada | Transporte | Demora | Inspección | Almacén | | |
| | | | | | | 1. Elaboración del diseño de un vestido, dibujo del bosquejo y piezas para corte. | 22 |
| | | | | | | 2. Cálculo de la tela necesaria para el desarrollo de la falda. | 10 |
| | | | | | | 3. Revisión y selección de la materia prima. | 10 |
| | | | | | | 4. Inspección del diseño y aprobación. | 12 |
| | | | | | | 5. Transporte de la materia prima e insumos al área de producción | 6 |
| | | | | | | 6. Ordenar y preparar la materia prima para el corte. | 3 |
| | | | | | | 7. Cortar la tela conforme a los patrones preestablecidos. | 10 |
| | | | | | | 8. Transporte de materia prima cortada confección. | 3 |
| | | | | | | 9. Unión de piezas laterales | 15 |
| | | | | | | 10. Pegado de mangas. | 4 |
| | | | | | | 11. Refuerzo de la confección a través de máquina overlock. | 10 |
| | | | | | | 12. Pegado de piedras y más detalles | 12 |
| | | | | | | 13. Inspección y probación de control de calidad. | 8 |
| | | | | | | 14. Planchado y etiquetado | 10 |
| | | | | | | 15. Empaquetado | 4 |
| | | | | | | 15. Almacenamiento para su distribución. | 4 |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio técnico
Año: 2016

RESUMEN

Según la plantilla de producción se planificó la existencia de 7 operaciones simples, 4 operaciones compuestas, 2 transportes, operaciones que tendrán demora, 2 inspecciones y 1 operación de almacenamiento dando como resultado un tiempo promedio total de 2 horas y 38 minutos.

Para la correcta ejecución de las actividades productivas se han establecido tiempos extras puesto que los diferentes departamentos no siempre estarán trabajando con una sola prenda de vestir puesto que mientras los empleados de corte están elaborando una acción los demás departamentos estarán elaborando otro tipo de actividad.

4.7 Descripción técnica del procesamiento

4.7.1 Proceso de diseño.

El diseño de unidades de producción es una operación muy importante, a través del estudio de mercado se determinó que la mayor parte de mujeres del segmento seleccionado manifestó que el diseño es el punto determinante al momento de comprar por lo que la empresa mostrará constante innovación y originalidad.

Este proceso está a cargo del diseñador y comienza desarrollando un gráfico de la prenda con la enumeración de todas las características, este debe pasar por una proceso de aprobación para seguir con la selección de la materia prima, cálculo de las cantidades de materia prima e insumos y elaboración de órdenes para pedido de las prendas y material necesario para la elaboración que será entregado al jefe de producción.

4.7.2 Proceso de corte.

Después del desarrollo del diseño de las prendas el encargado del departamento de corte recibirá la orden de cortar la materia prima, dependiendo de las unidades a comercializar, se

deberá confeccionar por cada diseño, una variedad de tallas en el caso de requerirse también serán elaborados en diferentes colores dependiendo de la aceptación del cliente y de los pedidos que se hagan en el catálogo.

Este proceso comienza al tenderse las capas de tela en la mesa de trabajo, en la que se colocan los moldes y utilizando la máquina cortadora se procede a ejecutar la actividad de producción, la persona encargada debe calcular exactamente la cantidad de tela a cortar y debe evitar errores que acarreen a un desperdicio de tela.

Cuando las piezas están cortadas de acuerdo a los trazos definidos se deberán cuidar los siguientes aspectos:

- ❖ Verificar que todas las partes sean de igual tamaño.
- ❖ Que no existan residuos de tela.
- ❖ Revisar cómo van a ir unidas cada una de las prendas de acuerdo al diseño.

4.7.3 Proceso de confección.

En este proceso se realiza la unión de las partes antes abastecidas por la sección de Corte. La confección de las prendas, depende del tipo de la tela y del acabado que se desea ejecutar, ya que estas pueden ser prendas confeccionadas en máquinas de costura recta el cual necesita un acabado en la máquina overlock para que los bordes estén asegurados. Los remates se harán al principio y fin de las costuras, por arriba y por debajo de cada una de ellas. Luego de haber unido todas las partes, los empleados del proceso de control de calidad revisarán y realizarán las pruebas de cada prenda elaborada.

4.7.4 Proceso de acabado.

En este proceso el personal encargado recibirá las prendas antes unidas y procederá a darles los toques finales. El acabado depende del diseño de la prenda. En el proceso de acabados comprenden varias operaciones como:

- ❖ Elaboración de ojales.
- ❖ Pegar botones.
- ❖ Elaboración de adornos como flores, rosas, lazos.
- ❖ Pegado de pedrería con diferentes diseños.
- ❖ Pintado de ropa jean
- ❖ Deshilachado
- ❖ Etiquetado
- ❖ Planchado
- ❖ Doblado

En la elaboración de cada prenda se deberá poner cuidado en los residuos de hilos, pues los acabados son importantes para cualquier tipo de prenda, luego pasarán al proceso de planchado.

4.7.5 Proceso de control de calidad.

Control de calidad estará en todo el proceso de transformación revisando la correcta ejecución de las actividades de producción, así se podrá realizar un trabajo de calidad.

4.7.6 Proceso empacado y embalado.

Consiste en colocar las prendas de vestir en armadores si se la van a comercializar en la boutique o en fundas plásticas para almacenamiento y en el caso de que se realicen pedidos por catálogo se empacarán en un cartón para transportar.

Finalizando el embalado de las prendas de vestir pasan a ser almacenadas a la bodega de la planta, de acuerdo a las tallas esperando su respectiva distribución y comercialización.

4.8 Requerimiento de maquinaria y equipos

Para el desarrollo de las actividades de producción de la organización será necesaria la clasificación de maquinaria, la empresa realizará la selección de la maquinaria de acuerdo a la capacidad de producción.

Tabla 45. Maquinaria

| MÁQUINA | CAN. | FUNCIONES | COMPONENTE | CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN | ÁREA | PRECIO UNITARIO | PRECIO TOTAL |
|---|------|---|---|--------------------------|----------|-----------------|--------------|
| Máquina cortadora vertical 10 pulgadas TAIWANEZ | 1 | Realiza la operación de corte de tela, esta operación es decisiva, una vez realizada es imposible corregir errores. | <ul style="list-style-type: none"> • 4 cuchillas rotatorias • Un disco de 4 a 20 cm de diámetro | 500 por minuto | Corte | \$ 460.00 | \$ 460.00 |
| Máquina de coser Overlock motor Servo | 1 | Son utilizadas para trabajos de cosido que requieren puntadas de seguridad en los bordes de las telas para evitar el deshilado | <ul style="list-style-type: none"> • 1 agujas | 8500 puntadas por minuto | Unión | \$ 1,400.00 | \$ 1,400.00 |
| Máquina Costura Recta motor servo JACK | 4 | Se utilizan para unir las piezas de las prendas a ser confeccionadas, además sirve para dar los últimos acabados a la prenda como: pegado de cierres, hombreras, etc. | <ul style="list-style-type: none"> • 1 agujas | 2000 puntadas por minuto | | \$ 680.00 | \$ 2,720.00 |
| Máquina Doméstica de ½ SINGER | 1 | Se utilizada para hacer ojales, hace también figuras para decorar las prendas de vestir. | <ul style="list-style-type: none"> • 1 aguja | 4000 puntadas por minuto | Acabados | \$ 490.00 | \$ 490.00 |
| Máquina Recubridora KINTEX motor servo | 1 | Es utilizada para pegar botones | <ul style="list-style-type: none"> • 1 aguja | 1500 puntadas por minuto | | \$ 1,500.00 | \$ 1,500.00 |
| Plancha Industrial Blancapress | 1 | Indispensable para dar el acabado final a las prendas. | | 15 unid./hora | | \$ 110.00 | \$ 110.00 |
| TOTAL | | | | | | | \$ 6,680.00 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Almacén "ALLYMAQUIT" (Otavalo)

Año: 2016

La selección de la maquinaria se realizó tomando en cuenta la calidad, marca y capacidad de producción, cabe destacar que el almacén "ALLYMAQUIT" ofrece un año de mantenimiento gratuito y podría ofrecer un 10% de descuento. Se adquirirá la maquinaria básica para el desarrollo de las actividades de transformación de la materia prima.

4.9 Inversiones de activos fijos

4.9.1 Terreno.

Para la construcción de la planta de producción será necesaria la adquisición del terreno que está ubicado en la ciudadela "Mira Valle" cerca a la panamericana vía a Ibarra. La adquisición del terreno asciende a 30.000 dólares precio estimado por el dueño de la propiedad señor Noé Díaz Aragón y la señora Blanca Varela.

4.9.2 Equipos de computación.

También será necesaria la adquisición de equipos de computación para la elaboración del diseño, áreas administrativas y área de ventas.

Tabla 46. Equipo de computación

| ÁREA | PRODUCTO | CARACTERÍSTICAS | CANT. | PRECIO.UNIT | TOTAL |
|---|------------------------------|---|-------|-------------|--------------------|
| Ventas | Laptop | Portátil hp14v 14LA core7I 8GB DE MEMORIA ,750 DISCO DURO WILES CAMARA DVD WRITER | 1 | \$ 980.00 | |
| Producción | Portátil | | 1 | \$ 980.00 | \$ 1,960.00 |
| Administrativa | Impresora | EPSON L375/WIFI/CON SISTEMA TINTA CONTINUA | 2 | \$ 348.84 | \$ 697.68 |
| Producción Diseño | Computadora De Escritorio | CORE 17/1151/3 4GHZ DISCO DUTO 2 TB MEMORIA RAM 8GB DDR4/DVDR WRITER/MONITOR 19.5/REGULADOR 8 TOMAS | 2 | \$ 600.00 | \$ 1,200.00 |
| Administrativa | Computadora de Escritorio | CORE 17/1151/3 4GHZ DISCO DUTO 2 TB MEMORIA RAM 8GB DDR4/DVDR WRITER/MONITOR 19.5/REGULADOR 8 TOMAS | 2 | \$ 680.00 | \$ 1,360.00 |
| Ventas, Producción administración | Y Cámara Pequeña | Cámara digital SONY W 830 20,1MPX | 2 | \$ 80.00 | \$ 160.00 |
| TOTAL | | | | | \$ 5,377.68 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Almacén "MATEOS CENTER" (Ibarra)

Año: 2016

4.9.3 Muebles y enseres.

Para desarrollo de las actividades productivas la empresa deberá comprar muebles.

Tabla 47. Muebles y enseres

| ÁREA | MUEBLE | DESCRIPCIÓN Y CARACTERÍSTICAS | CANT. | PRECIO. UNIT | TOTAL |
|--------------------------------|-----------------------------|--|-------|--------------|------------------|
| PRODUCCIÓN CORTE | MESA GRANDE | 3.5 por 1,5 metros color natural | 1 | \$100.00 | \$ 100.00 |
| VENTAS | MUEBLE PERCHERO | Mueble perchero color blanco | 1 | \$100.00 | \$ 100.00 |
| PRODUCCIÓN | MUEBLE DE PRODUCCIÓN | 2.5 por 1,5 metros color blanco | 2 | \$ 55.00 | \$ 110.00 |
| VENTAS | MUEBLE ESPIRAL PARA EXHIBIR | color negro y blanco | 4 | \$ 60.00 | \$ 240.00 |
| VENTAS | ESPEJO | Bordes de madera color blanco y negro | 2 | \$ 20.00 | \$ 40.00 |
| RECEPCION PLANTA DE PRODUCCIÓN | JUEGO DE SALA PEQUEÑO | Colores blanco negro y rojo de 4 piezas | 1 | \$300.00 | \$ 300.00 |
| PRODUCCIÓN TERMINADO | MESA GRANDE | 3.5 por 2,5 metros color natural | 1 | \$120.00 | \$ 120.00 |
| VENTAS | MUEBLE ESCRITORIO CURCULAR | Color blanco | 1 | \$ 60.00 | \$ 60.00 |
| ADMINISTRACIÓN | ESCRITORIO PEQUEÑO | Color azul para ejecutivos | 3 | \$100.00 | \$ 300.00 |
| VENTAS | ESCRITORIO PEQUEÑO | En forma de L color rojo | 1 | \$120.00 | \$ 120.00 |
| VENTAS ADMINISTRACIÓN | SILLAS EJECUTIVAS | Color negro/ gris X-TECH giratoria PARA UN USO INTENSIVO | 3 | \$ 50.00 | \$ 150.00 |
| PRODUCCIÓN | SILLAS | Color negro madera con tapiz de cuerina cómodas | 10 | \$ 20.00 | \$ 200.00 |
| TOTAL | | | | | \$1840.00 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Almacén MUEBLES LIVE (Otavalo), Importadora ESPINOZA

Año: 2016

4.9.4 Insumos de ventas.

Con la finalidad de adecuar el local comercial se ha definido la compra de electrodomésticos e insumos para la exhibición de los productos a elaborar.

Tabla 48. Electrodomésticos

| ÁREA | ARTÍCULO | CARACTERÍSTICAS | CANT. | PRECIO UNIT | TOTAL |
|--------------|---------------------------------------|---|-------|-------------|-------------------|
| VENTAS | MINICOMPONENTE SONY | Dos entradas de USB CDRW ecualizador 10000 WATTS CONTROL TEMOTO | 1 | \$ 601.35 | \$ 601.35 |
| | CAFETERA LCBM4W NEGRO LIBERA | CAFETERA 5 tazas color negro | 1 | \$ 58.49 | \$ 58.49 |
| | SET LED SMART 32LH600B+SOPO RT+ FORRO | LED 32 pulgadas MARCA LG WEB.OS 3.0 | 2 | \$ 320.00 | \$ 640.00 |
| TOTAL | | | | | \$ 1299.84 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Almacén COMANDATO (Otavalo)

Año: 2016

Tabla 49. Maniqués

| ÁREA | ARTÍCULO | CARACTERÍSTICAS | CANT. | PRECIO UNIT | TOTAL |
|--------------|---------------------------|---|-------|-------------|------------------|
| VENTAS | MANQUI DE BLUSAS(BLUSERO) | PROMOCIÓN Plástico, medidas perfectas | 7 | \$ 8.00 | \$ 56.00 |
| | MANQUI CUERPO COMPLETO | Con cabeza y peluca 2 metros de alto | 3 | \$ 180.00 | \$ 540.00 |
| | MANQUI CUERRPO MEDIO | Sin pisos material plástico | 2 | \$ 32.00 | \$ 64.00 |
| | ARMADOR | Metálico X 12 Unidades Cada Paquete | 5 | \$ 4.00 | \$ 20.00 |
| | ARMADOR | Plástico Económico Varios Servicios Color Negro | 5 | \$ 2.50 | \$ 12.50 |
| TOTAL | | | | | \$ 692.50 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: DISTRIBUIDORA LEÓN CÁSERES, PLASTIHOOGAR (Otavalo)

Año: 2016

7.9.5 Equipo de oficina.

Tabla 50. Equipo de oficina

| ÁREA | ARTÍCULO | CARACTERÍSTICAS | CANT. | PRECIO UNIT | TOTAL |
|----------------|----------|-----------------|-------|-------------|-----------------|
| ADMINISTRACIÓN | TELÉFONO | COLOR BLANCO | 2 | \$ 38.00 | \$ 76.00 |
| TOTAL | | | | | \$ 76.00 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Almacén COMANDATO (Otavalo)

Año: 2016

4.10 Resumen de activos fijos

En el siguiente cuadro se detalla la inversión total en activos muebles e inmuebles estableciendo el total de la inversión fija:

Tabla 51. Resumen de activos fijos

| RESUMEN DE ACTIVOS INMUEBLES | | |
|------------------------------|----------------|--------------|
| ACTIVO | m ² | VALOR \$ |
| TERRENO | | \$ 30,000.00 |
| CONSTRUCCIÓN | 400 | \$ 32,840.70 |
| SUBTOTAL | | \$ 62,840.70 |
| RESUMEN DE ACTIVOS MUEBLES | | |
| ACTIVO | CANT | VALOR \$ |
| MAQUINARIA | 9 | \$ 6,680.00 |
| EQUIPO DE COMPUTACIÓN | 10 | \$ 5,377.68 |
| EQUIPO DE OFICINA | 2 | \$ 76.00 |
| MUEBLES Y ENSERES | 17 | \$ 1,840.00 |
| EQUIPO DE VENTAS | 12 | \$ 692.50 |
| ELECTRODOMESTICO | 4 | \$ 1,299.84 |
| SUBTOTAL | | \$ 16652,10 |
| TOTAL | | \$ 15,966.02 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2016

4.11 Costos de producción

Para conocer la inversión que se relaciona directamente con el producto es necesario elaborar un análisis de los costos en los que se incurrirán.

4.11.1 Materia prima.

Para el desarrollo de las prendas de vestir es necesaria la adquisición de tela, siendo éste el principal componente del producto e insumos varios.

Tabla 52. Materia prima necesaria para blusas

| BLUSAS | | | | | | | |
|---------------|---------------------|------------------------------|--------|---------------------|----------------|---------------------|--------------------|
| Materia Prima | Cantidad Por Prenda | Prendas producidas en el mes | Unid. | MP Necesaria metros | Costo Unitario | Costo Total Mensual | Costo Total Anual |
| Seda | | 43 | | 54 | \$ 2.30 | \$ 123.21 | \$ 1,478.57 |
| Jean | | 99 | | 123 | \$ 6.00 | \$ 740.26 | \$ 8,883.12 |
| Algodón | | 29 | | 37 | \$ 2.50 | \$ 91.31 | \$ 1,095.78 |
| Viscosa | 1.25 | 9 | Metros | 11 | \$ 3.50 | \$ 39.77 | \$ 477.27 |
| Casimira | | 12 | | 15 | \$ 10.00 | \$ 154.22 | \$ 1,850.65 |
| Crepe | | 6 | | 8 | \$ 4.50 | \$ 36.53 | \$ 438.31 |
| Gabardina | | 14 | | 18 | \$ 6.00 | \$ 107.14 | \$ 1,285.71 |
| Tafetàn | | 5 | | 6 | \$ 6.00 | \$ 38.96 | \$ 467.53 |
| TOTAL | | 218 | | 273 | | \$ 1,331.41 | \$15,976.95 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2016

Tabla 53. Materia prima necesaria para faldas

| FALDAS | | | | | | | |
|---------------|---------------------|------------------------------|--------|---------------------|----------------|---------------------|---------------------|
| Materia prima | Cantidad por prenda | Prendas producidas en el mes | Unid. | MP necesaria Metros | Costo unitario | Costo total mensual | Costo total anual |
| Seda | | 66 | | 66 | \$ 2.30 | \$ 152.50 | \$ 1,829.99 |
| Jean | | 62 | | 62 | \$ 6.00 | \$ 372.96 | \$ 4,475.52 |
| Algodón | | 66 | | 66 | \$ 2.50 | \$ 165.76 | \$ 1,989.12 |
| Viscosa | 1 | 27 | | 27 | \$ 3.50 | \$ 95.73 | \$ 1,148.72 |
| Casimira | | 7 | Metros | 7 | \$ 10.00 | \$ 74.59 | \$ 895.10 |
| Crepe | | 9 | | 9 | \$ 4.50 | \$ 41.03 | \$ 492.31 |
| Gabardina | | 6 | | 6 | \$ 6.00 | \$ 34.81 | \$ 417.72 |
| Tafetàn | | 2 | | 2 | \$ 6.00 | \$ 9.95 | \$ 119.35 |
| Randa | 0.12 | 246 | | 30 | \$ 3.00 | \$ 88.56 | \$ 1,062.72 |
| TOTAL | | 246 | | 246 | | \$ 1,035.88 | \$ 12,430.55 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2016

Tabla 54. Materia prima necesaria para vestidos

| VESTIDOS | | | | | | | |
|---------------|---------------------|------------------------------|--------|--------------|----------------|---------------------|---------------------|
| Materia prima | Cantidad por prenda | Prendas producidas en el mes | Unid. | MP necesaria | Costo unitario | Costo total mensual | Costo total anual |
| Seda | | 56 | | 113 | \$ 2.30 | \$ 259.41 | \$ 3,112.91 |
| Jean | | 55 | | 110 | \$ 6.00 | \$ 658.18 | \$ 7,898.16 |
| Algodón | | 39 | | 79 | \$ 2.50 | \$ 196.99 | \$ 2,363.89 |
| Viscosa | 2 | 24 | | 48 | \$ 3.50 | \$ 167.63 | \$ 2,011.62 |
| Casimira | | 12 | Metros | 23 | \$ 10.00 | \$ 231.75 | \$ 2,781.04 |
| Crepe | | 11 | | 22 | \$ 4.50 | \$ 97.34 | \$ 1,168.04 |
| Gabardina | | 20 | | 40 | \$ 6.00 | \$ 241.02 | \$ 2,892.28 |
| Tafetàn | | 6 | | 12 | \$ 6.00 | \$ 74.16 | \$ 889.93 |
| TOTAL | | 223 | | 447 | | \$ 1,926.49 | \$ 23,117.87 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2016

Tabla 55. Materia prima necesaria para chaquetas

| CHAQUETAS | | | | | | | |
|---------------|------------------|------------------------------|--------|--------------|----------------|---------------------|---------------------|
| Materia prima | Cantidad por mes | Prendas producidas en el mes | Unid. | MP necesaria | Costo unitario | Costo total mensual | Costo total anual |
| Seda | | 25 | | 44 | \$ 2.30 | \$ 100.59 | \$ 1,207.08 |
| Jean | | 62 | | 108 | \$ 6.00 | \$ 647.28 | \$ 7,767.30 |
| Algodón | | 28 | | 50 | \$ 2.50 | \$ 123.92 | \$ 1,486.98 |
| Viscosa | 1.75 | 19 | | 34 | \$ 3.50 | \$ 117.36 | \$ 1,408.26 |
| Casimira | | 21 | Metros | 36 | \$ 10.00 | \$ 364.46 | \$ 4,373.48 |
| Crepe | | 15 | | 26 | \$ 4.50 | \$ 118.08 | \$ 1,417.01 |
| Gabardina | | 41 | | 71 | \$ 6.00 | \$ 428.60 | \$ 5,143.21 |
| Tafetàn | | 12 | | 22 | \$ 6.00 | \$ 131.20 | \$ 1,574.45 |
| TOTAL | | 223 | | 391 | | \$ 2,031.482 | \$ 24,377.78 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2016

Tabla 56. Resumen de la materia prima

| PRODUCTO | M.P MENSUAL | MP. ANUAL |
|--------------|--------------------|---------------------|
| BLUSAS | \$ 1,331.41 | \$ 15,976.95 |
| VESTIDOS | \$ 1,926.49 | \$ 23,117.87 |
| FALDAS | \$ 1,035.38 | \$ 12,430.55 |
| CHAQUETAS | \$ 2,031.48 | \$ 24,377.79 |
| TOTAL | \$ 6,325.26 | \$ 75,903.15 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2016

4.11.2 Costo de mano de obra directa.

La mano de obra directa está conformada por los operarios que se dedican exclusivamente a la producción que será ofrecido a las posibles clientes.

Tabla 57. Remuneración mano de obra directa

| ACTIVIDAD O PUESTO | N | SUELDO | ING ANUAL | AP PATRON ANUAL | 13ERO | 14TO | TOTAL AÑO 1 |
|--------------------|---|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|-------------------|---------------------|
| Diseñador | 1 | \$ 376.64 | \$ 4,519.68 | \$ 549.14 | \$ 376.64 | \$ 375.00 | \$ 5,820.46 |
| Cortador | 1 | \$ 375.92 | \$ 4,511.04 | \$ 548.09 | \$ 375.92 | \$ 375.00 | \$ 5,810.05 |
| Costureras | 1 | \$ 375.92 | \$ 4,511.04 | \$ 548.09 | \$ 375.92 | \$ 375.00 | \$ 5,810.05 |
| Costureras | 1 | \$ 375.92 | \$ 4,511.04 | \$ 548.09 | \$ 375.92 | \$ 375.00 | \$ 5,810.05 |
| Costureras | 1 | \$ 375.92 | \$ 4,511.04 | \$ 548.09 | \$ 375.92 | \$ 375.00 | \$ 5,810.05 |
| Costureras | 1 | \$ 375.92 | \$ 4,511.04 | \$ 548.09 | \$ 375.92 | \$ 375.00 | \$ 5,810.05 |
| Terminado | 1 | \$ 376.64 | \$ 4,519.68 | \$ 549.14 | \$ 376.64 | \$ 375.00 | \$ 5,820.46 |
| TOTAL | | \$2,632.88 | \$31,594.56 | \$ 3,838.74 | \$ 2,632.88 | \$2,625.00 | \$ 40,691.18 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2016

4.11.3 Costos indirectos de fabricación.

Los costos indirectos de fabricación son aquellos valores monetarios que forman parte del producto aunque no se relacionan directamente con la manufactura, pero contribuyen al desarrollo del producto. Estos costos pueden ser: mano de obra indirecta, materiales indirectos, calefacción, luz y energía para la fábrica, mantenimiento del edificio y equipo de fábrica, seguro, prestaciones sociales, incentivos y otros.

4.11.3.1 Mano de obra indirecta.

Será necesario contar con mano de obra indirecta para el correcto desarrollo del producto, así se puede controlar la calidad y realizar actividades extras al normal proceso de transformación.

Tabla 58. Remuneración mano de obra indirecta

| ACTIVIDAD O PUESTO | N | SUELDO | ING ANUAL | AP PATRON | 13ERO | 14TO | TOTAL AÑO |
|--------------------|---|------------------|--------------------|--------------------|------------------|------------------|---------------------|
| Obrero. | 1 | \$ 376.64 | \$ 4,519.68 | \$ 549.14 | \$ 376.64 | \$ 375.00 | \$ 5,820.46 |
| Jefe de producción | 1 | \$ 392.42 | \$ 4,709.04 | \$ 572.15 | \$ 392.42 | \$ 375.00 | \$ 6,048.61 |
| TOTAL | | \$ 753.28 | \$ 9,228.72 | \$ 1,121.29 | \$ 769.06 | \$ 750.00 | \$ 11,869.07 |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Técnico
Año: 2016

4.11.3.2 Materiales indirectos.

Los materiales indirectos de fabricación son insumos no identificables fácilmente en el nuevo producto, hacen posible una excelente presentación al momento de la comercialización.

Tabla 59. Materiales indirectos

| PRODUCTO | CARACTERISTICAS | PRECIO UNIT | PRECIO PAQUETE | CANT | COSTO MENSUAL | COTO ANUAL |
|--------------------------|---|-------------|----------------|------|-----------------|--------------------|
| Etiquetas | PAQ POR 1000 UNIDADES 25 X50MM | \$ 0.06 | \$ 60.00 | | \$ 27.17 | \$ 326.08 |
| Etiquetas de información | PAQ POR 1000 UNIDADES | \$ 0.03 | \$ 30.00 | 5435 | \$ 13.59 | \$ 163.04 |
| Fundas | CAJ DE 100 FUNDAS PLASTICAS 18 TRANSPARENTES- Ateco (150 / Rollo) | \$ 0.17 | \$ 25.00 | | \$ 75.48 | \$ 905.78 |
| Botones | PAQUETE POR 1000 UNIDADES DE COLORES | \$ 0.03 | \$ 25.00 | 7500 | \$ 15.63 | \$ 187.50 |
| Materiales para forros | - | \$ 0.75 | - | 2700 | \$168.75 | \$ 2,025.00 |
| Cierres | CIERRES POR UNIDADES | \$ 0.08 | - | 5435 | \$ 36.23 | \$ 600.00 |
| Tubos de hilos | VARIOS COLORES BUEN GROSOR | \$ 2.00 | - | 120 | \$ 20.00 | \$ 240.00 |
| TOTAL | | | | | \$356.85 | \$ 4,447.39 |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Técnico
Año: 2016

4.11.3.3 Insumos para mantenimiento de maquinaria

La maquinaria es parte primordial para la producción por ellos recibirá mantenimiento cada tres meses, al adquirir la maquinaria la empresa se hará acreedora de un año de mantenimiento, sin embargo este valor no incluye insumos, por lo que se toma en cuenta los siguientes rubros:

Tabla 60. Materiales para mantenimiento

| PRODUCTO | CANT | CARACTERISTICAS | PRECIO UNIT | PRECIO PAQUETE | CANT | COSTO MENSUAL | COTO ANUAL |
|---------------------------------|------|-----------------------------------|-------------|----------------|------|----------------|-----------------|
| Cinta métrica | | DE 1 METRO PLASTICA | \$ 0.25 | - | 4 | \$ 1.00 | \$ 1.00 |
| GALON DE 4 LITROS | 4 | DE 4 LITROS, excelente calidad | \$ 4.50 | \$ 18.00 | 4 | \$ 1.50 | \$ 18.00 |
| Agujas de mano | | PAQ POR 50 UNIDADES | \$ 0.03 | \$ 1.50 | | \$ 0.06 | \$ 0.75 |
| Agujas para maquina overlock | | PAQ POR 10 UNIDADES CROZ BESICRET | \$ 0.35 | \$ 3.50 | | \$ 0.73 | \$ 8.75 |
| Agujas para maquina recubridora | | PAQ POR 10 UNIDADES CROZ BESICRET | \$ 0.45 | \$ 4.50 | 25 | \$ 0.94 | \$ 11,19 |
| Agujas para maquina recta | | PAQ POR 10 UNIDADES CROZ BESICRET | \$ 0.25 | \$ 2.50 | | \$ 0.52 | \$ 6.25 |
| SUBTOTAL | | | | | | \$ 4.75 | \$ 46.00 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2016

4.11.3.4 Servicios básicos.

Tabla 61. Servicios básicos

| PRODUCTO | PRECIO UNIT | CANT | COSTO MENSUAL | COTO ANUAL |
|--------------------------|-------------|-------|------------------|------------------|
| Energía Eléctrica (Kw/h) | \$ 0.091 | 12600 | \$ 95.55 | \$ 1146.60 |
| Agua (m3.) | \$ 0.854 | 240 | \$ 17.08 | \$ 204.96 |
| SUBTOTAL | | | \$ 112.63 | \$ 1351.6 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2016

4.11.4 Resumen de costos de producción.

Tabla 62. Resumen de costos de producción

| DETALLE | Rubro | VALOR MENSUAL | VALOR ANUAL |
|---|---------------------------|----------------------|----------------------|
| MATERIA PRIMA DIRECTA | BLUSAS | \$ 1,331.41 | \$ 15,976.95 |
| | VESTIDOS | \$ 1,926.49 | \$ 23,117.87 |
| | FALDAS | \$ 1,035.88 | \$ 12,430.55 |
| | CHAQUETAS | \$ 2,031.48 | \$ 24,377.79 |
| SUBTOTAL | | \$ 6,325.26 | \$ 75,903.16 |
| MANO DE OBRA DIRECTA | Diseñador/modista | \$ 485.04 | \$ 5,820.46 |
| | Cortador | \$ 484.17 | \$ 5,810.05 |
| | 4 COSTURERAS | \$ 1,936.68 | \$ 23,240.21 |
| | OBRERO TERM CONTROLDE CAL | \$ 485.04 | \$ 5,820.46 |
| SUBTOTAL | | \$ 3,390.93 | \$ 40,691.18 |
| COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN | MATERIALES INDIRECTOS | \$ 356.85 | \$ 4,447.39 |
| | MANO DE OBRA INDIRECTA | \$ 989.09 | \$ 11,869.07 |
| | MANTENIMIENTO MAQUINARIA | \$ 4.75 | \$ 46.00 |
| | SERVICIOS BÁSICOS | \$ 112.63 | \$ 1,351.56 |
| SUBTOTAL | | \$ 1,463.32 | \$ 1,463.32 |
| TOTAL | | \$ 11,179.551 | \$ 134,308.36 |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Técnico
Año: 2016

Tabla 63 Costo de producción unitario

| PRODUCTO | MATERIAL | COSTO UNITARIO |
|------------------|-----------|----------------|
| FALDAS | Seda | \$ 10.94 |
| | Jean | \$ 14.65 |
| | Algodón | \$ 11.15 |
| | Viscosa | \$ 12.18 |
| | Casimira | \$ 19.29 |
| | Crepe | \$ 13.19 |
| | Gabardina | \$ 14.44 |
| | Tafetàn | \$ 13.61 |
| BLUSAS | Seda | \$ 11.14 |
| | Jean | \$ 15.75 |
| | Algodón | \$ 11.42 |
| | Viscosa | \$ 12.69 |
| | Casimira | \$ 21.13 |
| | Crepe | \$ 14.36 |
| | Gabardina | \$ 15.93 |
| | Tafetàn | \$ 16.07 |
| VESTIDOS | Seda | \$ 12.91 |
| | Jean | \$ 20.24 |
| | Algodón | \$ 13.33 |
| | Viscosa | \$ 15.26 |
| | Casimira | \$ 27.59 |
| | Crepe | \$ 17.12 |
| | Gabardina | \$ 20.33 |
| | Tafetàn | \$ 20.63 |
| CHAQUETAS | Seda | \$ 12.03 |
| | Jean | \$ 18.44 |
| | Algodón | \$ 12.43 |
| | Viscosa | \$ 14.18 |
| | Casimira | \$ 25.36 |
| | Crepe | \$ 15.88 |
| | Gabardina | \$ 18.46 |
| | Tafetàn | \$ 18.94 |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Técnico
Año: 2016

4.11.4.1 Otros

4.11.4.2. Depreciación.

La depreciación es la magnitud en la que el bien pierde valor, en el transcurso del tiempo, los activos se depreciarán por el método de línea recta. El valor residual será el 10% del valor del activo las depreciaciones serán presentadas en el siguiente capítulo.

4.12 Gastos de administración

Esos gastos no están directamente relacionados con el producto, pero son necesarios para el normal funcionamiento de la empresa.

4.12.1 Gastos de constitución.

Son los gastos necesarios para que la empresa pueda iniciar las actividades comerciales y productivas, estas son obligatorias de carácter jurídico, por tal motivo la organización ha constituido los siguientes gastos:

Tabla 64. Gastos de constitución

| CONCEPTO | VALOR |
|---|-------------------|
| Registro de la propiedad | \$ 330.00 |
| Honorarios del notario | \$ 330.00 |
| Bomberos | \$ 30.00 |
| Transporte e instalaciones de maquinaria y equipos | \$ 120.00 |
| Arquitecto y permisos de construcción | \$ 625.73 |
| PATENTE (permiso de funcionamiento del local de ventas) | \$ 69,50 |
| TOTAL | \$ 1445.73 |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Técnico
Año: 2016

4.12.2 Remuneraciones del personal.

Tomando en cuenta el tamaño de la empresa se ha visto necesaria la contratación de una persona cuyas funciones sean la toma de decisiones, dirección y administración de recursos en la entidad.

Tabla 65. Remuneraciones personal administrativo

| ÁREAS | ACTIVIDAD O PUESTO | N | SUELDO | ING ANUAL | AP PATRON | 13ERO | 14TO | TOTAL AÑO 1 |
|----------------|-----------------------|----------|------------------|--------------------|--------------------|------------------|------------------|--------------------|
| ADMINISTRACIÓN | Administrador | 1 | \$ 392.09 | \$ 4,705.08 | \$ 571.67 | \$ 392.09 | \$ 375.00 | \$ 6,043.84 |
| TOTAL | | 1 | \$ 392.09 | \$ 9,150.72 | \$ 1,111.81 | \$ 762.56 | \$ 732.00 | \$ 6,043.84 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2016

4.12.3 Servicios básicos administrativos.

Tabla 66. Servicios básicos administración

| PRODUCTO | PRECIO UNIT | PRECIO PAQUETE | CANT | COSTO MENSUAL | COTO ANUAL |
|--------------------------|-------------|----------------|------|-----------------|-----------------|
| Energía Eléctrica (Kw/h) | 0.091 | - | 150 | \$ 13.65 | \$ 163.80 |
| Agua (m3.) | 0.854 | - | 10 | \$ 8.54 | \$102.48 |
| TOTAL | | | | \$ 22.19 | \$266.28 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2016

4.12.4 Suministros de oficina.

Tabla 67. Suministros de oficina

| ARTÍCULO | CARACTERÍSTICAS | VALOR PAQUETE | CANT. | PRECIO UNIT | COSTO MENSUAL | COSTO ANUAL |
|---|--|---------------|-------|-------------|-----------------|------------------|
| HOJAS PAPEL BOND | Paquete de 500 hojas Color Blanco tamaño A4 | \$ 3.50 | 500 | \$ 0.01 | \$ 3.50 | \$ 42.00 |
| ESFEROS | Paquete de 24 unidades Big punta fina Color Azul / negro | \$ 6.50 | 3 | \$ 0.27 | \$ 0.81 | \$ 9.75 |
| SISTEMA DE TINTA CONTINUA PARA LA IMPRESORA | Tanques De Tinta Llenos Y Con Doble Cámara 4 Filtros Mangueras Metro Jeringa | - | 4 | \$ 8.50 | \$ 34.00 | \$ 408.00 |
| TINTA CONTINUA | Galón de tinta de cualquier color | - | 4 | \$10.00 | \$ 40.00 | \$ 480.00 |
| TOTAL | | | | | \$ 78.31 | \$ 939.75 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Mercado Libre Ecuador (quito)

Año: 2016

4.12.5 Resumen de gastos administrativos.

Tabla 68. Resumen de gastos administrativos

| DETALLE | VALOR MENSUAL | VALOR ANUAL |
|------------------------|------------------|--------------------|
| GASTOS DE CONSTITUCION | \$ 120.48 | \$ 1,445.73 |
| MANO DE OBRA | \$ 503.65 | \$ 6,043.84 |
| SERVICIOS BASICOS | \$ 22.19 | \$ 266.28 |
| SUMINISTROS DE OFICINA | \$ 78.31 | \$ 939.75 |
| TOTAL | \$ 724.63 | \$ 8,695.60 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Mercado Libre Ecuador (quito)

Año: 2016

4.13 Gasto de ventas

Son los gastos incrementales directamente atribuibles a la venta de un activo.

4.13.1 Remuneraciones del personal de ventas.

Tabla 69. Remuneraciones de ventas

| ÁREAS | CARGO | N | SUELDO | ING ANUAL | AP PATRON | 13ERO | 14TO | TOTAL AÑO 1 |
|--------|---------------------|---|-----------|-------------|-------------|-----------|-----------|-------------|
| VENTAS | Jefa de Ventas | 1 | \$ 395.20 | \$ 4,742.40 | \$ 576.20 | \$ 395.20 | \$375.00 | \$ 6,088.80 |
| | Vendedor de almacén | 1 | \$ 378.40 | \$ 4,540.80 | \$ 551.71 | \$ 378.40 | \$375.00 | \$ 5,845.91 |
| | TOTAL | | \$ 773.60 | \$ 9,283.20 | \$ 1,127.91 | \$ 773.60 | \$ 750.00 | \$11,934.71 |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Técnico
Año: 2016

4.13.2 Gastos de publicidad.

En los primeros meses la empresa tendrá que incurrir en gastos que permitan dar a conocer a los posibles clientes acerca del producto que ofrece la entidad, en este caso se realizarán volantes.

Tabla 70. Publicidad

| ÁREA | ARTÍCULO | CANT. | PRECIO UNIT | COSTO MENSUAL |
|--------|--------------------|-------|-------------|-----------------|
| VENTAS | VOLANTES Y POSTERS | 100 | \$ 0.10 | \$ 10.00 |
| | TOTAL | | | \$ 10.00 |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Técnico
Año: 2016

4.13.3 Arriendo del local comercial.

Como se mencionó antes será necesario incurrir en gastos de alquiler para poder exhibir el producto, afortunadamente se ha podido conseguir un excelente arrendatario precios razonable.

Tabla 71. Alquiler de local comercial

| ÁREA | RUBRO | COSTO MENSUAL | COSTO ANUAL |
|--------------|-----------------|------------------|--------------------|
| VENTAS | LOCAL COMERCIAL | \$ 180.00 | \$ 2160.00 |
| TOTAL | | \$ 180.00 | \$ 2,160.00 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2016

4.13.4 Resumen de gastos de ventas.

Tabla 72. Resumen de gastos de ventas

| DETALLE | VALOR MENSUAL | VALOR ANUAL |
|----------------------|--------------------|---------------------|
| MANO DE OBRA | \$ 994.56 | \$ 11,934.71 |
| GASTOS DE PUBLICIDAD | \$ 10.00 | \$ 120.00 |
| ALQUILER DE LOCAL | \$ 180.00 | \$ 2,160.00 |
| TOTAL | \$ 1,184.56 | \$ 14,214.71 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2016

4.14 Capital de trabajo

El capital de trabajo es el dinero en efectivo que la empresa requiere para adquirir los bienes, servicios necesarios para la normal ejecución de las actividades productivas y comerciales de la empresa, en el inicio de sus actividades, hasta que proyecto genere sus propios ingresos.

El capital de trabajo se obtendrá sumando todos los rubros necesarios para la transformación de materiales tales como mano de obra costos indirectos de fabricación, materia prima y los gastos administrativos de ventas y otros.

Para cubrir los costos administrativos, ventas y producción del primer mes será necesaria un capital de \$ 12,268.12.

Tabla 73. Capital de trabajo

| RUBRO | DESCRIPCIÓN | CANTIDAD MENSUAL (m2,unidades) | COSTO UNITARIO | TOTAL MENSUAL |
|---|--------------------------------|--------------------------------------|-------------------|------------------|
| MATERIA PRIMA | Seda | 276 | \$ 2.30 | \$ 635.71 |
| | Jean | 403 | \$ 6.00 | \$ 2,418.68 |
| | Algodón | 231 | \$ 2.50 | \$ 577.98 |
| | Viscosa | 120 | \$ 3.50 | \$ 420.49 |
| | Casimira | 83 | \$ 10.00 | \$ 825.02 |
| | Crepe | 65 | \$ 4.50 | \$ 292.97 |
| | Gabardina | 135 | \$ 6.00 | \$ 811.58 |
| | Tafetàn | 42 | \$ 6.00 | \$ 254.27 |
| | Randa | 30 | \$ 3.00 | \$ 88.56 |
| ACCESORIOS | Botones | 625 | \$ 0.03 | \$ 15.63 |
| | Cierres | 453 | \$ 0.08 | \$ 36.23 |
| RECURSO HUMANO PRODUCCIÓN | Operarios | 4 | \$ 484.17 | \$ 1,936.68 |
| | Obreros | 1 | \$ 485.04 | \$ 485.04 |
| | Diseñador | 1 | \$ 485.04 | \$ 485.04 |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | Gerente | 1 | \$ 503.65 | \$ 503.65 |
| | Gasto de organización | - | \$ 24.10 | \$ 24.10 |
| | Suministros de oficina | - | - | \$ 78.31 |
| | Imprevistos | - | \$ 8.33 | \$ 8.33 |
| | Energía Eléctrica (Kw/h) | 150 | \$ 0.09 | \$ 13.65 |
| | Agua (m3.) | 10 | \$ 0.85 | \$ 8.54 |
| GASTO DE VENTAS | Jefe de ventas | 1 | \$ 507.40 | \$ 507.40 |
| | Vendedor de almacén | 1 | \$ 487.16 | \$ 487.16 |
| | Arriendo de local | - | \$ 180.00 | \$ 180.00 |
| | Catálogos | - | \$ 62.50 | \$ 62.50 |
| | Gasto publicidad (Volantes) | 100 | \$ 0.10 | \$ 10.00 |
| COSTOS INDIRECTOS | Etiquetas | 453 | \$ 0.06 | \$ 27.17 |
| | Etiquetas | 6170 | \$ 0.03 | \$ 185.10 |
| | Tela para forros | 225 | \$ 0.75 | \$ 168.75 |
| | Fundas | 453 | \$ 0.17 | \$ 75.48 |
| | Energía Eléctrica (Kw/h) | 1050 | \$ 0.09 | \$ 95.55 |
| | Agua (m3.) | 20 | \$ 0.85 | \$ 17.08 |
| | Tubos de hilos | 10 | \$ 2.00 | \$ 20.00 |
| | Agujas para todas las maquinas | 25 | \$ 1.08 | \$ 27.00 |
| | Cinta métrica | 4 | \$ 0.25 | \$ 1.00 |
| GASTOS FINANCIEROS | INTERÉS | - | \$ 483.46 | \$ 483.46 |
| TOTAL CAPITAL DE TRABAJO MENSUAL | | | | \$ 12,268.12 |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Técnico
Año: 2016

4.14.1 Inversión total.

La inversión total está conformada por la maquinaria, terreno, costo de construcción, equipo de computación, equipo de oficina, muebles y enseres, equipo de ventas, gastos de constitución, electrodomésticos y el capital de trabajo calculado para los primeros tres meses.

Tabla 74. Inversión total

| Detalle | Rubro | Valor | Monto \$ |
|-------------------------------|-----------------------|--------------|---------------------|
| INVERSIÓN FIJA | Terreno | \$ 30,000.00 | |
| | Construcción | \$ 32,840.70 | |
| | Maquinaria | \$ 6,680.00 | |
| | Equipo De Oficina | \$ 76.00 | |
| | Electrodomésticos | \$ 1,299.84 | \$ 77,659.22 |
| | Equipo De Ventas | \$ 692.50 | |
| | Muebles Y Enseres | \$ 692.50 | |
| | Equipo De Computación | \$ 5,377.68 | |
| GASTOS DE CONSTITUCIÓN | | | \$ 1,445.73 |
| CAPITAL DE TRABAJO (UN MES) | | | \$ 12,268.12 |
| TOTAL | | | \$ 91,373.07 |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Técnico
Año: 2016

4.14.2 Financiamiento.

Tabla 75. Distribución del financiamiento

| DETALLE | % | TOTAL \$ |
|-------------------|-------------|---------------------|
| Inversión externa | 55% | \$ 50,450.99 |
| Inversión propia | 45% | \$ 40,922.08 |
| TOTAL | 100% | \$ 91,373.07 |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Técnico
Año: 2016

La inversión total es de 91,373.07 dólares, incluyendo un capital de trabajo de los dos primeros meses; siendo un 45% el aporte de los inversionistas y el 55% financiado por el Banco del Pacífico a una tasa de interés anual de 11.83%.

CONCLUSIONES.

Después de haber elaborado el estudio técnico se ha determinado la ubicación de la planta de producción y comercialización en la provincia de Imbabura, cantón Otavalo en la ciudadela Mira Valle porque ésta, presenta la existencia de mano de obra y materia prima, vías de transporte en excelente estado; en lo respectivo a el local de comercialización se estableció ubicarlo en el centro de Otavalo por la gran afluencia de personas que existe allí.

La empresa estipuló la estructura de la planta de producción y los costos que incurrirán para la construcción.

Se ha determinado adecuadamente los procesos para el desarrollo de las actividades productivas y comerciales de la organización.

Se pudieron determinar los recursos humanos, financieros, materiales y capital de trabajo necesarios para el normal funcionamiento de la empresa.

Las fuentes de financiamiento para poder cubrir los costos y gastos de producción y comercialización.

CAPÍTULO V

5. Estudio financiero

5.1 Introducción

El estudio financiero, permite determinar la factibilidad del proyecto pues determina la rentabilidad y da las pautas para establecer si es conveniente o no invertir. En este estudio se cuantifican los recursos financieros que son necesarios para poner en marcha el proyecto, como también comparar los ingresos y los egresos lo que permite percibir los resultados del proyecto en marcha. Para esto se tomarán datos del estudio de mercado y del estudio técnico.

En el estudio financiero se realizan cálculos de: costos de operación, monto de inversiones, gastos de operación, monto de las inversiones. Así también, se realizan las proyecciones de ingresos y egresos para el periodo de vida útil del proyecto, la forma en que se va a financiar los gastos y se efectúa una evaluación del movimiento de fondos para determinar la viabilidad financiera del proyecto.

5.2 Objetivo general

Elaborar un estudio económico a través del cálculo de indicadores financieros con el objetivo de determinar la factibilidad del mismo.

5.3 Objetivos específicos.

1. Determinar los ingresos y gastos que generará la empresa a futuro.
2. Conocer el tiempo en el cual será posible recuperara la inversión, el beneficio costo, el punto de equilibrio, la tasa interna de retorno, el valor actual neto y la tasa descontada.

3. Presentar los estados financieros de la empresa.
4. Tomar una decisión coherente que permita asegurar la recuperación y rentabilidad en el proyecto.

5.4 Determinación de los ingresos proyectados

Para calcular los ingresos es necesaria la información del estudio de mercado y técnico puesto que estos son base indispensable para el desarrollo del presente capítulo; se utilizó los precios de acuerdo al mercado actual que se proyectaron en el estudio de mercado y de la misma forma se tomó en cuenta los porcentajes de inflación de los últimos 5 años obteniendo así promedios de cada rubro; el volumen de producción instalado se ha calculado tomando en cuenta la capacidad de producción de las operarias y maquinaria, se tomó los tiempos más tardíos y se pudo obtener la cantidad de producción.

Finalmente se dedujo los ingresos del producto de la cantidad y precio. Para realizar las proyecciones se tomó como base el promedio de las inflaciones de los cinco años anteriores.

Se elaborarán cuatro tipos de prendas: faldas, blusas, vestidos y todas manejarán materia prima variada para ofrecer multiplicidad de productos por lo que se ha realizado las estimaciones de acuerdo al material que cada prenda utiliza.

Tabla 76. Proyección de unidades a producir

| | PRODUCTO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 |
|-----------|-----------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| FALDAS | Seda | 409 | 421 | 434 | 447 | 460 | 474 | 488 | 503 | 518 | 534 |
| | Jean | 941 | 969 | 998 | 1028 | 1059 | 1091 | 1124 | 1158 | 1193 | 1229 |
| | Algodón | 279 | 287 | 296 | 305 | 314 | 323 | 333 | 343 | 353 | 364 |
| | Viscosa | 87 | 89 | 92 | 95 | 98 | 101 | 104 | 107 | 110 | 113 |
| | Casimir | 118 | 121 | 125 | 129 | 133 | 137 | 141 | 145 | 149 | 153 |
| | Crepe | 62 | 64 | 66 | 68 | 70 | 72 | 74 | 76 | 78 | 80 |
| | Gabardina | 136 | 140 | 144 | 148 | 152 | 157 | 162 | 167 | 172 | 177 |
| | Tafetán | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 |
| | SUBTOTAL | 2048 | 2108 | 2173 | 2239 | 2306 | 2376 | 2448 | 2522 | 2597 | 2675 |
| BLUSAS | Seda | 320 | 329 | 339 | 349 | 359 | 370 | 381 | 392 | 404 | 416 |
| | Jean | 300 | 309 | 318 | 328 | 338 | 348 | 358 | 369 | 380 | 391 |
| | Algodón | 320 | 329 | 339 | 349 | 359 | 370 | 381 | 392 | 404 | 416 |
| | Viscosa | 132 | 136 | 140 | 144 | 148 | 152 | 157 | 162 | 167 | 172 |
| | Casimir | 36 | 37 | 38 | 39 | 40 | 41 | 42 | 43 | 44 | 45 |
| | Crepe | 44 | 45 | 46 | 47 | 48 | 49 | 50 | 51 | 53 | 55 |
| | Gabardina | 28 | 29 | 30 | 31 | 32 | 33 | 34 | 35 | 36 | 37 |
| | Tafetán | 50 | 51 | 53 | 55 | 57 | 59 | 61 | 63 | 65 | 67 |
| | SUBTOTAL | 1230 | 1265 | 1303 | 1342 | 1381 | 1422 | 1464 | 1507 | 1553 | 1599 |
| VESTIDOS | Seda | 473 | 488 | 503 | 518 | 534 | 550 | 566 | 583 | 600 | 618 |
| | Jean | 460 | 474 | 488 | 503 | 518 | 534 | 550 | 566 | 583 | 600 |
| | Algodón | 331 | 341 | 351 | 362 | 373 | 384 | 396 | 408 | 420 | 433 |
| | Viscosa | 201 | 207 | 213 | 219 | 226 | 233 | 240 | 247 | 254 | 262 |
| | Casimir | 97 | 100 | 103 | 106 | 109 | 112 | 115 | 118 | 122 | 126 |
| | Crepe | 91 | 94 | 97 | 100 | 103 | 106 | 109 | 112 | 115 | 118 |
| | Gabardina | 169 | 174 | 179 | 184 | 190 | 196 | 202 | 208 | 214 | 220 |
| | Tafetán | 52 | 53 | 55 | 57 | 59 | 61 | 63 | 65 | 67 | 69 |
| | SUBTOTAL | 1874 | 1931 | 1989 | 2049 | 2112 | 2176 | 2241 | 2307 | 2375 | 2446 |
| CHAQUETAS | Seda | 33 | 34 | 35 | 36 | 37 | 38 | 39 | 40 | 41 | 42 |
| | Jean | 81 | 83 | 85 | 88 | 91 | 94 | 97 | 100 | 103 | 106 |
| | Algodón | 37 | 38 | 39 | 40 | 41 | 42 | 43 | 44 | 45 | 46 |
| | Viscosa | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 32 | 33 | 34 |
| | Casimir | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 32 | 33 | 34 | 35 | 36 |
| | Crepe | 20 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 |
| | Gabardina | 54 | 55 | 57 | 59 | 61 | 63 | 65 | 67 | 69 | 71 |
| | Tafetán | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 |
| | SUBTOTAL | 285 | 292 | 301 | 311 | 321 | 331 | 341 | 351 | 361 | 371 |
| | TOTAL | 5437 | 5596 | 5766 | 5941 | 6120 | 6305 | 6494 | 6687 | 6886 | 7091 |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Financiero
Año: 2017

Tabla 77. Proyección de precios

| PRODUCTOS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 |
|------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| FALDAS | | | | | | | | | | |
| Seda | \$ 32.28 | \$ 33.25 | \$ 33.25 | \$ 34.24 | \$ 35.27 | \$ 36.33 | \$ 37.43 | \$ 38.55 | \$ 39.71 | \$ 40.90 |
| Jean | \$ 32.62 | \$ 33.60 | \$ 33.60 | \$ 34.61 | \$ 35.65 | \$ 36.72 | \$ 37.82 | \$ 38.96 | \$ 40.13 | \$ 41.34 |
| Algodón | \$ 27.30 | \$ 28.12 | \$ 28.12 | \$ 28.96 | \$ 29.83 | \$ 30.73 | \$ 31.65 | \$ 32.60 | \$ 33.59 | \$ 34.59 |
| Viscosa | \$ 29.19 | \$ 30.06 | \$ 30.06 | \$ 30.97 | \$ 31.90 | \$ 32.86 | \$ 33.84 | \$ 34.86 | \$ 35.91 | \$ 36.99 |
| Casimir | \$ 33.99 | \$ 35.01 | \$ 35.01 | \$ 36.07 | \$ 37.15 | \$ 38.27 | \$ 39.42 | \$ 40.60 | \$ 41.82 | \$ 43.08 |
| Crepe | \$ 29.19 | \$ 30.06 | \$ 30.06 | \$ 30.97 | \$ 31.90 | \$ 32.86 | \$ 33.84 | \$ 34.86 | \$ 35.91 | \$ 36.99 |
| Gabardina | \$ 30.56 | \$ 31.48 | \$ 31.48 | \$ 32.42 | \$ 33.40 | \$ 34.40 | \$ 35.44 | \$ 36.50 | \$ 37.60 | \$ 38.73 |
| Tafetán | \$ 37.77 | \$ 38.90 | \$ 38.90 | \$ 40.07 | \$ 41.28 | \$ 42.52 | \$ 43.80 | \$ 45.11 | \$ 46.47 | \$ 47.87 |
| BLUSAS | | | | | | | | | | |
| Seda | \$ 28.50 | \$ 29.35 | \$ 29.35 | \$ 30.24 | \$ 31.15 | \$ 32.08 | \$ 33.05 | \$ 34.04 | \$ 35.06 | \$ 36.12 |
| Jean | \$ 21.97 | \$ 22.64 | \$ 22.64 | \$ 23.32 | \$ 24.02 | \$ 24.74 | \$ 25.48 | \$ 26.25 | \$ 27.04 | \$ 27.85 |
| Algodón | \$ 18.54 | \$ 19.10 | \$ 19.10 | \$ 19.67 | \$ 20.26 | \$ 20.87 | \$ 21.50 | \$ 22.15 | \$ 22.81 | \$ 23.50 |
| Viscosa | \$ 19.57 | \$ 20.16 | \$ 20.16 | \$ 20.77 | \$ 21.39 | \$ 22.03 | \$ 22.69 | \$ 23.38 | \$ 24.08 | \$ 24.80 |
| Casimir | \$ 18.54 | \$ 19.10 | \$ 19.10 | \$ 19.67 | \$ 20.26 | \$ 20.87 | \$ 21.50 | \$ 22.15 | \$ 22.81 | \$ 23.50 |
| Crepe | \$ 18.88 | \$ 19.45 | \$ 19.45 | \$ 20.04 | \$ 20.64 | \$ 21.26 | \$ 21.90 | \$ 22.56 | \$ 23.23 | \$ 23.93 |
| Gabardina | \$ 24.38 | \$ 25.11 | \$ 25.11 | \$ 25.87 | \$ 26.64 | \$ 27.44 | \$ 28.27 | \$ 29.12 | \$ 29.99 | \$ 30.90 |
| Tafetán | \$ 31.59 | \$ 32.54 | \$ 32.54 | \$ 33.52 | \$ 34.52 | \$ 35.56 | \$ 36.63 | \$ 37.73 | \$ 38.87 | \$ 40.03 |
| VESTIDOS | | | | | | | | | | |
| Seda | \$ 54.94 | \$ 56.59 | \$ 56.59 | \$ 58.29 | \$ 60.04 | \$ 61.85 | \$ 63.71 | \$ 65.62 | \$ 67.59 | \$ 69.62 |
| Jean | \$ 43.95 | \$ 45.27 | \$ 45.27 | \$ 46.63 | \$ 48.03 | \$ 49.48 | \$ 50.96 | \$ 52.50 | \$ 54.07 | \$ 55.70 |
| Algodón | \$ 30.90 | \$ 31.83 | \$ 31.83 | \$ 32.79 | \$ 33.77 | \$ 34.79 | \$ 35.83 | \$ 36.91 | \$ 38.02 | \$ 39.16 |
| Viscosa | \$ 30.39 | \$ 31.30 | \$ 31.30 | \$ 32.24 | \$ 33.21 | \$ 34.21 | \$ 35.24 | \$ 36.30 | \$ 37.39 | \$ 38.51 |
| Casimir | \$ 36.40 | \$ 37.49 | \$ 37.49 | \$ 38.62 | \$ 39.78 | \$ 40.97 | \$ 42.20 | \$ 43.47 | \$ 44.78 | \$ 46.13 |
| Crepe | \$ 27.47 | \$ 28.29 | \$ 28.29 | \$ 29.14 | \$ 30.02 | \$ 30.92 | \$ 31.85 | \$ 32.81 | \$ 33.80 | \$ 34.81 |
| Gabardina | \$ 40.52 | \$ 41.73 | \$ 41.73 | \$ 42.99 | \$ 44.28 | \$ 45.61 | \$ 46.98 | \$ 48.39 | \$ 49.85 | \$ 51.35 |
| Tafetán | \$ 42.23 | \$ 43.50 | \$ 43.50 | \$ 44.81 | \$ 46.16 | \$ 47.54 | \$ 48.97 | \$ 50.45 | \$ 51.96 | \$ 53.52 |
| CHAQUETAS | | | | | | | | | | |
| Seda | \$ 33.99 | \$ 35.01 | \$ 35.01 | \$ 36.07 | \$ 37.15 | \$ 38.27 | \$ 39.42 | \$ 40.60 | \$ 41.82 | \$ 43.08 |
| Jean | \$ 44.98 | \$ 46.33 | \$ 46.33 | \$ 47.72 | \$ 49.16 | \$ 50.64 | \$ 52.16 | \$ 53.73 | \$ 55.34 | \$ 57.00 |
| Algodón | \$ 32.96 | \$ 33.95 | \$ 33.95 | \$ 34.97 | \$ 36.02 | \$ 37.11 | \$ 38.22 | \$ 39.37 | \$ 40.56 | \$ 41.77 |
| Viscosa | \$ 28.50 | \$ 29.35 | \$ 29.35 | \$ 30.24 | \$ 31.15 | \$ 32.08 | \$ 33.05 | \$ 34.04 | \$ 35.06 | \$ 36.12 |
| Casimir | \$ 41.20 | \$ 42.44 | \$ 42.44 | \$ 43.72 | \$ 45.03 | \$ 46.38 | \$ 47.78 | \$ 49.22 | \$ 50.69 | \$ 52.22 |
| Crepe | \$ 28.50 | \$ 29.35 | \$ 29.35 | \$ 30.24 | \$ 31.15 | \$ 32.08 | \$ 33.05 | \$ 34.04 | \$ 35.06 | \$ 36.12 |
| Gabardina | \$ 37.43 | \$ 38.55 | \$ 38.55 | \$ 39.71 | \$ 40.90 | \$ 42.13 | \$ 43.40 | \$ 44.70 | \$ 46.05 | \$ 47.43 |
| Tafetán | \$ 54.94 | \$ 56.59 | \$ 56.59 | \$ 58.29 | \$ 60.04 | \$ 61.85 | \$ 63.71 | \$ 65.62 | \$ 67.59 | \$ 69.62 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Financiero

Año: 2017

Tabla 78. Proyección de ingresos anual

| PRODUCTO | | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 |
|-----------------|-----------|---------------------|---------------------|----------------------|---------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| FALDAS | Seda | \$ 13,188.89 | \$ 13,996.32 | \$ 14,428.51 | \$ 15,307.41 | \$ 16,226.11 | \$ 17,222.55 | \$ 18,264.24 | \$ 19,391.54 | \$ 20,570.11 | \$ 21,842.91 |
| | Jean | \$ 30,697.56 | \$ 32,557.51 | \$ 33,531.88 | \$ 35,578.12 | \$ 37,752.73 | \$ 40,062.65 | \$ 42,515.16 | \$ 45,117.87 | \$ 47,878.77 | \$ 50,806.23 |
| | Algodón | \$ 7,605.30 | \$ 8,069.62 | \$ 8,322.67 | \$ 8,833.51 | \$ 9,367.54 | \$ 9,925.70 | \$ 10,540.60 | \$ 11,183.50 | \$ 11,855.52 | \$ 12,592.44 |
| | Viscosa | \$ 2,529.78 | \$ 2,675.55 | \$ 2,765.73 | \$ 2,941.77 | \$ 3,125.89 | \$ 3,318.42 | \$ 3,519.70 | \$ 3,730.09 | \$ 3,949.94 | \$ 4,179.64 |
| | Casimir | \$ 3,998.76 | \$ 4,236.67 | \$ 4,376.72 | \$ 4,652.55 | \$ 4,941.01 | \$ 5,242.60 | \$ 5,557.87 | \$ 5,887.35 | \$ 6,231.61 | \$ 6,591.25 |
| | Crepe | \$ 1,806.99 | \$ 1,923.99 | \$ 1,984.11 | \$ 2,105.69 | \$ 2,232.78 | \$ 2,365.61 | \$ 2,504.40 | \$ 2,649.41 | \$ 2,800.87 | \$ 2,959.04 |
| | Gabardina | \$ 4,162.45 | \$ 4,406.78 | \$ 4,532.69 | \$ 4,798.64 | \$ 5,076.48 | \$ 5,401.09 | \$ 5,740.62 | \$ 6,095.69 | \$ 6,466.92 | \$ 6,854.96 |
| | Tafetán | \$ 618.64 | \$ 661.37 | \$ 700.28 | \$ 761.40 | \$ 825.57 | \$ 892.90 | \$ 963.54 | \$ 1,037.62 | \$ 1,115.28 | \$ 1,196.67 |
| SUBTOTAL | | \$ 64,608.37 | \$ 68,527.81 | \$ 70,642.59 | \$ 74,979.09 | \$ 79,548.11 | \$ 84,431.52 | \$ 89,606.13 | \$ 95,093.07 | \$ 100,869.02 | \$ 107,023.14 |
| BLUSAS | Seda | \$ 9,115.49 | \$ 9,657.79 | \$ 9,951.34 | \$ 10,552.85 | \$ 11,181.53 | \$ 11,870.56 | \$ 12,590.91 | \$ 13,343.83 | \$ 14,165.71 | \$ 15,024.94 |
| | Jean | \$ 6,589.51 | \$ 6,994.27 | \$ 7,197.98 | \$ 7,647.51 | \$ 8,117.56 | \$ 8,608.96 | \$ 9,122.56 | \$ 9,685.52 | \$ 10,274.07 | \$ 10,889.26 |
| | Algodón | \$ 5,930.56 | \$ 6,283.38 | \$ 6,474.37 | \$ 6,865.71 | \$ 7,274.73 | \$ 7,723.01 | \$ 8,191.67 | \$ 8,681.53 | \$ 9,216.25 | \$ 9,775.27 |
| | Viscosa | \$ 2,582.26 | \$ 2,741.68 | \$ 2,822.32 | \$ 2,990.22 | \$ 3,165.67 | \$ 3,348.96 | \$ 3,563.10 | \$ 3,787.10 | \$ 4,021.33 | \$ 4,266.23 |
| | Casimir | \$ 667.19 | \$ 706.64 | \$ 725.74 | \$ 767.23 | \$ 810.56 | \$ 855.79 | \$ 903.02 | \$ 952.31 | \$ 1,003.75 | \$ 1,057.42 |
| | Crepe | \$ 830.55 | \$ 875.34 | \$ 894.80 | \$ 941.73 | \$ 990.68 | \$ 1,041.72 | \$ 1,094.93 | \$ 1,150.40 | \$ 1,231.45 | \$ 1,316.34 |
| | Gabardina | \$ 682.29 | \$ 728.22 | \$ 753.33 | \$ 801.84 | \$ 852.58 | \$ 905.66 | \$ 961.15 | \$ 1,019.16 | \$ 1,079.79 | \$ 1,143.15 |
| | Tafetán | \$ 1,564.64 | \$ 1,659.44 | \$ 1,724.52 | \$ 1,843.39 | \$ 1,967.85 | \$ 2,098.12 | \$ 2,234.45 | \$ 2,377.09 | \$ 2,526.27 | \$ 2,682.28 |
| SUBTOTAL | | \$ 27,962.49 | \$ 29,646.76 | \$ 30,544.40 | \$ 32,410.48 | \$ 34,361.16 | \$ 36,452.78 | \$ 38,661.79 | \$ 40,996.94 | \$ 43,518.62 | \$ 46,154.89 |
| VESTIDOS | Seda | \$ 26,007.47 | \$ 27,614.91 | \$ 28,463.73 | \$ 30,193.68 | \$ 32,061.96 | \$ 34,015.28 | \$ 36,057.06 | \$ 38,256.47 | \$ 40,555.54 | \$ 43,027.88 |
| | Jean | \$ 20,235.95 | \$ 21,458.14 | \$ 22,091.93 | \$ 23,455.48 | \$ 24,881.04 | \$ 26,420.59 | \$ 28,030.22 | \$ 29,712.75 | \$ 31,525.17 | \$ 33,419.71 |
| | Algodón | \$ 10,220.40 | \$ 10,854.27 | \$ 11,172.58 | \$ 11,869.09 | \$ 12,597.38 | \$ 13,358.73 | \$ 14,190.30 | \$ 15,059.80 | \$ 15,968.74 | \$ 16,957.89 |
| | Viscosa | \$ 6,108.86 | \$ 6,479.14 | \$ 6,666.94 | \$ 7,060.80 | \$ 7,505.52 | \$ 7,970.59 | \$ 8,456.85 | \$ 8,965.13 | \$ 9,496.33 | \$ 10,089.88 |
| | Casimir | \$ 3,540.40 | \$ 3,748.95 | \$ 3,861.42 | \$ 4,093.34 | \$ 4,335.72 | \$ 4,588.97 | \$ 4,853.53 | \$ 5,129.85 | \$ 5,463.17 | \$ 5,811.90 |
| | Crepe | \$ 2,493.87 | \$ 2,659.63 | \$ 2,744.51 | \$ 2,914.45 | \$ 3,092.12 | \$ 3,277.84 | \$ 3,471.93 | \$ 3,674.72 | \$ 3,886.57 | \$ 4,107.84 |
| | Gabardina | \$ 6,831.41 | \$ 7,261.65 | \$ 7,470.31 | \$ 7,909.81 | \$ 8,413.26 | \$ 8,939.83 | \$ 9,490.46 | \$ 10,066.11 | \$ 10,667.80 | \$ 11,296.56 |
| | Tafetán | \$ 2,191.04 | \$ 2,305.60 | \$ 2,392.61 | \$ 2,554.15 | \$ 2,723.24 | \$ 2,900.19 | \$ 3,085.32 | \$ 3,278.95 | \$ 3,481.44 | \$ 3,693.14 |
| SUBTOTAL | | \$ 77,629.39 | \$ 82,382.29 | \$ 84,864.03 | \$ 90,050.79 | \$ 95,610.24 | \$ 101,472.02 | \$ 107,635.66 | \$ 114,143.78 | \$ 121,044.76 | \$ 128,404.79 |
| CHAQUETAS | Seda | \$ 1,113.55 | \$ 1,190.47 | \$ 1,225.48 | \$ 1,298.39 | \$ 1,374.57 | \$ 1,454.15 | \$ 1,537.28 | \$ 1,624.10 | \$ 1,714.74 | \$ 1,809.36 |
| | Jean | \$ 3,634.61 | \$ 3,845.50 | \$ 3,938.17 | \$ 4,199.72 | \$ 4,473.44 | \$ 4,759.82 | \$ 5,059.38 | \$ 5,372.64 | \$ 5,700.17 | \$ 6,042.53 |
| | Algodón | \$ 1,223.78 | \$ 1,290.20 | \$ 1,324.16 | \$ 1,398.94 | \$ 1,477.01 | \$ 1,558.52 | \$ 1,643.59 | \$ 1,732.37 | \$ 1,825.00 | \$ 1,921.63 |
| | Viscosa | \$ 715.75 | \$ 763.23 | \$ 792.58 | \$ 846.65 | \$ 903.24 | \$ 962.48 | \$ 1,024.46 | \$ 1,089.29 | \$ 1,157.10 | \$ 1,228.00 |
| | Casimir | \$ 1,124.80 | \$ 1,188.35 | \$ 1,230.79 | \$ 1,311.50 | \$ 1,395.96 | \$ 1,484.30 | \$ 1,576.70 | \$ 1,673.31 | \$ 1,774.30 | \$ 1,879.86 |
| | Crepe | \$ 560.15 | \$ 587.10 | \$ 616.45 | \$ 665.22 | \$ 716.37 | \$ 769.98 | \$ 826.17 | \$ 885.05 | \$ 946.72 | \$ 1,011.29 |
| | Gabardina | \$ 2,002.52 | \$ 2,120.28 | \$ 2,197.38 | \$ 2,342.85 | \$ 2,495.08 | \$ 2,654.35 | \$ 2,820.94 | \$ 2,995.14 | \$ 3,177.27 | \$ 3,367.64 |
| | Tafetán | \$ 439.30 | \$ 452.70 | \$ 452.70 | \$ 466.31 | \$ 480.33 | \$ 494.77 | \$ 509.64 | \$ 524.96 | \$ 540.74 | \$ 557.00 |
| SUBTOTAL | | \$ 10,814.46 | \$ 11,437.83 | \$ 11,777.71 | \$ 12,529.58 | \$ 13,316.00 | \$ 14,138.37 | \$ 14,998.16 | \$ 15,896.86 | \$ 16,836.04 | \$ 17,817.31 |
| TOTAL | | \$181,014.73 | \$191,994.70 | \$ 197,828.74 | \$209,969.94 | \$ 222,835.50 | \$ 236,494.70 | \$ 250,901.74 | \$266,130.62 | \$ 282,268.44 | \$299,400.13 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Financiero

Año: 2017

Tabla 79. Resumen de ingresos

| AÑOS | CANTIDAD | | | | TOTAL | INGRESOS TOTALES | | | | TOTAL |
|--------|----------|-------|----------|-----------|-------|------------------|--------------|---------------|--------------|--------------|
| | FALDAS | BUSAS | VESTIDOS | CHAQUETAS | | FALDAS | BLUSAS | VESTIDOS | CHAQUETAS | |
| AÑO 1 | 2048 | 1230 | 1874 | 285 | 5435 | \$ 64,608.38 | \$ 27,962.49 | \$ 77,629.39 | \$ 10,814.46 | \$181,014.73 |
| AÑO 2 | 2108 | 1265 | 1931 | 292 | 5596 | \$ 68,528.59 | \$ 29,646.79 | \$ 82,382.29 | \$ 11,473.83 | \$191,994.70 |
| AÑO 3 | 2173 | 1303 | 1989 | 301 | 5766 | \$ 70,642.59 | \$ 30,544.40 | \$ 84,864.03 | \$ 11,777.71 | \$197,828.74 |
| AÑO 4 | 2239 | 1342 | 2049 | 311 | 5941 | \$ 74,979.08 | \$ 32,410.48 | \$ 90,050.79 | \$ 12,529.58 | \$209,969.94 |
| AÑO 5 | 2306 | 1381 | 2112 | 321 | 6120 | \$ 79,548.11 | \$ 34,361.16 | \$ 95,610.24 | \$ 13,316.00 | \$222,835.50 |
| AÑO 6 | 2376 | 1422 | 2176 | 331 | 6305 | \$ 84,431.52 | \$ 36,452.78 | \$ 101,472.02 | \$ 14,138.37 | \$236,494.70 |
| AÑO 7 | 2448 | 1464 | 2241 | 341 | 6494 | \$ 89,606.13 | \$ 38,661.79 | \$ 107,635.66 | \$ 14,998.16 | \$250,901.74 |
| AÑO 8 | 2522 | 1507 | 2307 | 351 | 6687 | \$ 95,093.07 | \$ 40,996.54 | \$ 114,143.78 | \$ 15,896.86 | \$266,130.62 |
| AÑO 9 | 2597 | 1553 | 2375 | 361 | 6886 | \$ 100,869.02 | \$ 43,518.62 | \$ 121,044.76 | \$ 16,836.04 | \$282,268.44 |
| AÑO 10 | 2675 | 1599 | 2446 | 371 | 7091 | \$ 107,023.14 | \$ 46,154.89 | \$ 128,404.79 | \$ 17,817.31 | \$299,400.13 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Financiero

Año: 2017

5.5 Determinación de egresos

Para la constitución de la empresa será necesario incurrir en un conjunto de egresos que permitirán poner en marcha el negocio, así se ha podido determinar los siguientes: la inversión fija, diferida, capital de trabajo y adquisición de activos corrientes.

La inversión fija se mencionó en el estudio técnico, la misma que está conformada por maquinaria, equipo de computación, equipo de ventas, terreno, construcción, electrodomésticos, equipo de oficina y muebles, enseres. Estos egresos se utilizarán hasta su extinción o hasta la liquidación de la empresa ya que son susceptibles de depreciación el valor total de esta inversión corresponde a \$ 91,373.07.

La inversión diferida está conformada por todos los rubros carácter legal necesarios para adecuar la planta de producción y ventas; en la tabla 59 del estudio técnico se detalla los gastos de constitución que incluyen honorarios del notario, registro de la propiedad, transporte e instalaciones de maquinaria y equipos, arquitecto, permisos de construcción y patentes que sumados dan un total de \$1,445.73.

Es importante contar con un capital que permita ejecutar las actividades productivas normalmente, hasta que la empresa genere sus propios recursos por lo que se ha estimado un valor de \$12,268.12 que cubrirá un mes de trabajo.

El capital para activos corrientes hace referencia a mano de obra directa, materia prima directa y costos indirectos de fabricación que están directamente relacionados con el producto, mismos que se proyectarán anualmente, para el cálculo de rubros futuros.

5.5.1 Costos

Son los valores de bienes y servicios consumidos en la producción es decir; todos los rubros relacionados directa o indirectamente con el proceso de transformación por lo que se cargan al costo del producto para luego recuperar la inversión a través de la venta, dentro de los costos está la materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación.

5.5.1.1 Materia prima.

Representa el primer elemento del costo; estará sometido a un conjunto de procesos de transformación que dará como resultado un producto elaborado listo para la comercialización; en este caso la materia prima principal es la diversidad de telas.

5.5.1.1.1 Proyección de la materia prima.

Para el cálculo de la materia prima se ha tomado la cantidad proyectada que se estima utilizará la empresa, el promedio de inflación de los últimos 5 años con un total de 3.01 y se realizó el producto entre los dos valores obteniendo la cantidad proyectada en dólares para las siguientes diez años.

5.5.1.1.1.1 Seda.

Tabla 80. Proyección cantidad de materia prima seda (metros cuadrados)

| SEDA | | | | | | | | | | |
|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| MATERIA PRIMA | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
| FALDAS | 795.65 | 819.51 | 844.09 | 869.40 | 895.47 | 922.33 | 949.99 | 978.48 | 1007.83 | 1038.05 |
| BLIUSAS | 642.86 | 662.14 | 681.99 | 702.45 | 723.51 | 745.21 | 767.56 | 790.58 | 814.29 | 838.71 |
| VESTIDOS | 1353.44 | 1394.03 | 1435.84 | 1478.90 | 1523.25 | 1568.93 | 1615.98 | 1664.45 | 1714.36 | 1765.78 |
| CHAQUETAS | 524.82 | 540.56 | 556.77 | 573.47 | 590.66 | 608.38 | 626.62 | 645.42 | 664.77 | 684.71 |
| TOTAL | 3316.76 | 3416.23 | 3518.69 | 3624.21 | 3732.90 | 3844.85 | 3960.16 | 4078.92 | 4201.25 | 4327.25 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Financiero

Año: 2017

Tabla 81. Proyección precios de materia prima seda

| SEDA | | | | | | | | | | |
|---------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| MATERIA PRIMA | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
| FALDAS | | | | | | | | | | |
| BLIUSAS | \$ 2.30 | \$ 2.37 | \$ 2.44 | \$ 2.51 | \$ 2.59 | \$ 2.67 | \$ 2.75 | \$ 2.83 | \$ 2.91 | \$ 3.00 |
| VESTIDOS | | | | | | | | | | |
| CHAQUETAS | | | | | | | | | | |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Financiero

Año: 2017

Tabla 82. Proyección de materia prima seda

| SEDA | | | | | | | | | | |
|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| MATERIA PRIMA | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
| FALDAS | \$ 1,829.99 | \$ 1,941.53 | \$ 2,059.87 | \$ 2,185.42 | \$ 2,318.63 | \$ 2,459.95 | \$ 2,609.89 | \$ 2,768.97 | \$ 2,937.74 | \$ 3,116.80 |
| BLIUSAS | \$ 1,478.57 | \$ 1,568.69 | \$ 1,664.31 | \$ 1,765.75 | \$ 1,873.37 | \$ 1,987.56 | \$ 2,108.70 | \$ 2,237.23 | \$ 2,373.59 | \$ 2,518.27 |
| VESTIDOS | \$ 3,112.91 | \$ 3,302.65 | \$ 3,503.95 | \$ 3,717.52 | \$ 3,944.11 | \$ 4,184.51 | \$ 4,439.56 | \$ 4,710.16 | \$ 4,997.25 | \$ 5,301.84 |
| CHAQUETAS | \$ 1,207.08 | \$ 1,280.65 | \$ 1,358.71 | \$ 1,441.53 | \$ 1,529.39 | \$ 1,622.61 | \$ 1,721.51 | \$ 1,826.44 | \$ 1,937.76 | \$ 2,055.87 |
| TOTAL | 7628.56 | 8093.53 | 8586.84 | 9110.22 | 9665.50 | 10254.63 | 10879.67 | 11542.80 | 12246.35 | 12992.78 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Financiero

Año: 2017

5.5.1. 1.1.2 Jean.

Tabla 83. Proyección cantidad de materia prima jean (metros cuadrados)

| JEAN | | | | | | | | | | |
|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| MATERIA PRIMA | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
| FALDAS | 745.92 | 768.29 | 791.33 | 815.06 | 839.51 | 864.68 | 890.62 | 917.33 | 944.84 | 973.17 |
| BLIUSAS | 1480.52 | 1524.92 | 1570.65 | 1617.76 | 1666.27 | 1716.24 | 1767.71 | 1820.73 | 1875.33 | 1931.57 |
| VESTIDOS | 1316.36 | 1355.84 | 1396.50 | 1438.38 | 1481.52 | 1525.95 | 1571.71 | 1618.85 | 1667.40 | 1717.40 |
| CHAQUETAS | 1294.55 | 1333.37 | 1373.36 | 1414.55 | 1456.97 | 1500.67 | 1545.67 | 1592.03 | 1639.77 | 1688.95 |
| TOTAL | 4837.35 | 4982.42 | 5131.85 | 5285.75 | 5444.27 | 5607.54 | 5775.71 | 5948.93 | 6127.33 | 6311.09 |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Financiero
Año: 2017

Tabla 84. Proyección precios de materia prima jean

| JEAN | | | | | | | | | | |
|---------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| MATERIA PRIMA | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
| FALDAS | | | | | | | | | | |
| BLIUSAS | \$ 2.30 | \$ 2.37 | \$ 2.44 | \$ 2.51 | \$ 2.59 | \$ 2.67 | \$ 2.75 | \$ 2.83 | \$ 2.91 | \$ 3.00 |
| VESTIDOS | | | | | | | | | | |
| CHAQUETAS | | | | | | | | | | |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Financiero
Año: 2017

Tabla 85. Proyección materia prima jean

| JEAN | | | | | | | | | | |
|---------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| MATERIA PRIMA | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
| FALDAS | \$ 4,475.52 | \$ 4,748.31 | \$ 5,037.73 | \$ 5,344.79 | \$ 5,670.56 | \$ 6,016.19 | \$ 6,382.89 | \$ 6,771.93 | \$ 7,184.69 | \$ 7,622.61 |
| BLIUSAS | \$ 8,883.12 | \$ 9,424.56 | \$ 9,999.00 | \$ 10,608.45 | \$ 11,255.05 | \$ 11,941.06 | \$ 12,668.89 | \$ 13,441.08 | \$ 14,260.33 | \$ 15,129.52 |
| VESTIDOS | \$ 7,898.16 | \$ 8,379.56 | \$ 8,890.31 | \$ 9,432.19 | \$ 10,007.09 | \$ 10,617.04 | \$ 11,264.16 | \$ 11,950.73 | \$ 12,679.15 | \$ 13,451.96 |
| CHAQUETAS | \$ 7,767.30 | \$ 8,240.73 | \$ 8,743.02 | \$ 9,275.92 | \$ 9,841.30 | \$ 10,441.14 | \$ 11,077.54 | \$ 11,752.74 | \$ 12,469.08 | \$ 13,229.09 |
| TOTAL | 29024.10 | 30793.16 | 32670.05 | 34661.34 | 36774.00 | 39015.43 | 41393.48 | 43916.48 | 46593.25 | 49433.18 |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Financiero
Año: 2017

5.5.1.1.1. 3 Algodón.

Tabla 86. Proyección cantidad de materia prima algodón (metros cuadrados)

| ALGODÓN | | | | | | | | | | |
|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| MATERIA PRIMA | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
| FALDAS | 795.65 | 819.51 | 844.09 | 869.40 | 895.47 | 922.33 | 949.99 | 978.48 | 1007.83 | 1038.05 |
| BLIUSAS | 438.31 | 451.46 | 465.00 | 478.94 | 493.30 | 508.10 | 523.34 | 539.03 | 555.20 | 571.85 |
| VESTIDOS | 945.55 | 973.91 | 1003.12 | 1033.20 | 1064.19 | 1096.10 | 1128.98 | 1162.83 | 1197.71 | 1233.63 |
| CHAQUETAS | 594.79 | 612.63 | 631.00 | 649.93 | 669.42 | 689.50 | 710.17 | 731.47 | 753.41 | 776.00 |
| TOTAL | 2774.31 | 2857.51 | 2943.21 | 3031.47 | 3122.39 | 3216.03 | 3312.48 | 3411.82 | 3514.14 | 3619.53 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Financiero

Año: 2017

Tabla 87. Proyección precios de materia prima algodón

| ALGODÓN | | | | | | | | | | |
|---------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| MATERIA PRIMA | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
| FALDAS | | | | | | | | | | |
| BLIUSAS | \$ 2.50 | \$ 2.58 | \$ 2.65 | \$ 2.73 | \$ 2.81 | \$ 2.90 | \$ 2.99 | \$ 3.08 | \$ 3.17 | \$ 3.26 |
| VESTIDOS | | | | | | | | | | |
| CHAQUETAS | | | | | | | | | | |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Financiero

Año: 2017

Tabla 88. Proyección de materia prima algodón

| ALGODÓN | | | | | | | | | | |
|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| MATERIA PRIMA | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
| FALDAS | \$ 1,989.12 | \$ 2,110.36 | \$ 2,238.99 | \$ 2,375.46 | \$ 2,520.25 | \$ 2,673.86 | \$ 2,836.84 | \$ 3,009.75 | \$ 3,193.20 | \$ 3,387.83 |
| BLIUSAS | \$ 1,095.78 | \$ 1,162.57 | \$ 1,233.43 | \$ 1,308.61 | \$ 1,388.37 | \$ 1,472.99 | \$ 1,562.77 | \$ 1,658.03 | \$ 1,759.09 | \$ 1,866.31 |
| VESTIDOS | \$ 2,363.89 | \$ 2,507.97 | \$ 2,660.83 | \$ 2,823.01 | \$ 2,995.08 | \$ 3,177.64 | \$ 3,371.32 | \$ 3,576.80 | \$ 3,794.81 | \$ 4,026.11 |
| CHAQUETAS | \$ 1,486.98 | \$ 1,577.62 | \$ 1,673.78 | \$ 1,775.79 | \$ 1,884.03 | \$ 1,998.87 | \$ 2,120.70 | \$ 2,249.96 | \$ 2,387.10 | \$ 2,532.60 |
| TOTAL | \$ 6,935.77 | \$ 7,358.52 | \$ 7,807.03 | \$ 8,282.88 | \$ 8,787.73 | \$ 9,323.36 | \$ 9,891.63 | \$ 10,494.54 | \$ 11,134.20 | \$ 11,812.84 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Financiero

Año: 2017

5.5.1.1.1.4 Viscosa.

Tabla 89. Proyección cantidad de materia prima viscosa (metros cuadrados)

| VISCOSA | | | | | | | | | | |
|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| MATERIA PRIMA | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
| FALDAS | 328.21 | 338.05 | 348.19 | 358.63 | 369.38 | 380.46 | 391.87 | 403.62 | 415.73 | 428.20 |
| BLIUSAS | 136.36 | 140.45 | 144.67 | 149.00 | 153.47 | 158.08 | 162.82 | 167.70 | 172.73 | 177.91 |
| VESTIDOS | 574.75 | 591.99 | 609.74 | 628.02 | 646.86 | 666.26 | 686.24 | 706.82 | 728.02 | 749.85 |
| CHAQUETAS | 402.36 | 414.43 | 426.86 | 439.66 | 452.84 | 466.42 | 480.41 | 494.82 | 509.66 | 524.94 |
| TOTAL | 1441.68 | 1484.91 | 1529.45 | 1575.31 | 1622.56 | 1671.22 | 1721.34 | 1772.96 | 1826.13 | 1880.90 |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Financiero
Año: 2017

Tabla 90. Proyección precios de materia prima viscosa

| VISCOSA | | | | | | | | | | |
|---------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| MATERIA PRIMA | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
| FALDAS | | | | | | | | | | |
| BLIUSAS | \$ 3.50 | \$ 3.61 | \$ 3.71 | \$ 3.83 | \$ 3.94 | \$ 4.06 | \$ 4.18 | \$ 4.31 | \$ 4.44 | \$ 4.57 |
| VESTIDOS | | | | | | | | | | |
| CHAQUETAS | | | | | | | | | | |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Financiero
Año: 2017

Tabla 91. Proyección de materia prima viscosa

| VISCOSA | | | | | | | | | | |
|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| MATERIA PRIMA | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
| FALDAS | \$ 1,148.72 | \$ 1,218.73 | \$ 1,293.02 | \$ 1,371.83 | \$ 1,455.44 | \$ 1,544.16 | \$ 1,638.27 | \$ 1,738.13 | \$ 1,844.07 | \$ 1,956.47 |
| BLIUSAS | \$ 477.27 | \$ 506.36 | \$ 537.23 | \$ 569.97 | \$ 604.71 | \$ 641.57 | \$ 680.68 | \$ 722.16 | \$ 766.18 | \$ 812.88 |
| VESTIDOS | \$ 2,011.62 | \$ 2,134.23 | \$ 2,264.32 | \$ 2,402.33 | \$ 2,548.75 | \$ 2,704.11 | \$ 2,868.92 | \$ 3,043.79 | \$ 3,229.31 | \$ 3,426.14 |
| CHAQUETAS | \$ 1,408.26 | \$ 1,494.10 | \$ 1,585.16 | \$ 1,681.78 | \$ 1,784.29 | \$ 1,893.04 | \$ 2,008.43 | \$ 2,130.85 | \$ 2,260.72 | \$ 2,398.52 |
| TOTAL | \$ 5,045.87 | \$ 5,353.42 | \$ 5,679.72 | \$ 6,025.91 | \$ 6,393.20 | \$ 6,782.88 | \$ 7,196.30 | \$ 7,634.93 | \$ 8,100.29 | \$ 8,594.01 |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Financiero
Año: 2017

5.5.1.1.1.5 Casimir.

Tabla 92. Proyección cantidad de materia prima casimir (metros cuadrados)

| CASIMIR | | | | | | | | | | |
|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| MATERIA PRIMA | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
| FALDAS | 89.51 | 92.19 | 94.96 | 97.81 | 100.74 | 103.76 | 106.87 | 110.08 | 113.38 | 116.78 |
| BLIUSAS | 185.06 | 190.62 | 196.33 | 202.22 | 208.28 | 214.53 | 220.96 | 227.59 | 234.42 | 241.45 |
| VESTIDOS | 278.10 | 286.44 | 295.03 | 303.88 | 313.00 | 322.38 | 332.05 | 342.01 | 352.27 | 362.83 |
| CHAQUETAS | 437.35 | 450.46 | 463.97 | 477.89 | 492.22 | 506.98 | 522.19 | 537.85 | 553.98 | 570.59 |
| TOTAL | 990.03 | 1019.72 | 1050.30 | 1081.80 | 1114.24 | 1147.66 | 1182.08 | 1217.53 | 1254.04 | 1291.65 |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Financiero
Año: 2017

Tabla 93. Proyección precios de materia prima casimir

| CASIMIR | | | | | | | | | | |
|---------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| MATERIA PRIMA | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
| FALDAS | | | | | | | | | | |
| BLIUSAS | \$10.00 | \$10.30 | \$10.61 | \$10.93 | \$11.26 | \$11.60 | \$11.94 | \$12.30 | \$12.67 | \$13.05 |
| VESTIDOS | | | | | | | | | | |
| CHAQUETAS | | | | | | | | | | |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Financiero
Año: 2017

Tabla 94. Proyección de materia prima casimir

| CASIMIR | | | | | | | | | | | |
|---------------|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|--|
| MATERIA PRIMA | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 | |
| FALDAS | \$ 895.10 | \$ 949.66 | \$ 1,007.55 | \$ 1,068.96 | \$ 1,134.11 | \$ 1,203.24 | \$ 1,276.58 | \$ 1,354.39 | \$ 1,436.94 | \$ 1,524.52 | |
| BLIUSAS | \$ 1,850.65 | \$ 1,963.45 | \$ 2,083.12 | \$ 2,210.09 | \$ 2,344.80 | \$ 2,487.72 | \$ 2,639.35 | \$ 2,800.22 | \$ 2,970.90 | \$ 3,151.98 | |
| VESTIDOS | \$ 2,781.04 | \$ 2,950.55 | \$ 3,130.39 | \$ 3,321.19 | \$ 3,523.62 | \$ 3,738.39 | \$ 3,966.25 | \$ 4,208.00 | \$ 4,464.49 | \$ 4,736.61 | |
| CHAQUETAS | \$ 4,373.48 | \$ 4,640.05 | \$ 4,922.87 | \$ 5,222.93 | \$ 5,541.27 | \$ 5,879.02 | \$ 6,237.36 | \$ 6,617.53 | \$ 7,020.88 | \$ 7,448.81 | |
| TOTAL | \$ 9,900.28 | \$ 10,503.71 | \$ 11,143.93 | \$ 11,823.17 | \$ 12,543.81 | \$ 13,308.37 | \$ 14,119.54 | \$ 14,980.15 | \$ 15,893.21 | \$ 16,861.92 | |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Financiero
Año: 2017

5.5.1.1.1.6 Crepé.

Tabla 95. Proyección cantidad de materia prima crepé (metros cuadrados)

| CREPÉ | | | | | | | | | | |
|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| MATERIA PRIMA | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
| FALDAS | 109.40 | 112.68 | 116.06 | 119.54 | 123.13 | 126.82 | 130.62 | 134.54 | 138.58 | 142.73 |
| BLIUSAS | 97.40 | 100.32 | 103.33 | 106.43 | 109.62 | 112.91 | 116.30 | 119.78 | 123.38 | 127.08 |
| VESTIDOS | 259.56 | 267.35 | 275.37 | 283.62 | 292.13 | 300.89 | 309.91 | 319.21 | 328.78 | 338.64 |
| CHAQUETAS | 314.89 | 324.33 | 334.06 | 344.08 | 354.40 | 365.03 | 375.97 | 387.25 | 398.86 | 410.82 |
| TOTAL | 781.26 | 804.69 | 828.82 | 853.68 | 879.28 | 905.65 | 932.81 | 960.78 | 989.60 | 1019.28 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Financiero

Año: 2017

Tabla 96. Proyección precios de materia prima crepé

| CREPÉ | | | | | | | | | | |
|---------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| MATERIA PRIMA | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
| FALDAS | | | | | | | | | | |
| BLIUSAS | \$ 4.50 | \$ 4.64 | \$ 4.77 | \$ 4.92 | \$ 5.07 | \$ 5.22 | \$ 5.38 | \$ 5.54 | \$ 5.70 | \$ 5.87 |
| VESTIDOS | | | | | | | | | | |
| CHAQUETAS | | | | | | | | | | |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Financiero

Año: 2017

Tabla 97. Proyección de materia prima crepé

| CREPÉ | | | | | | | | | | | |
|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--|
| MATERIA PRIMA | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 | |
| FALDAS | \$ 492.31 | \$ 522.31 | \$ 554.15 | \$ 587.93 | \$ 623.76 | \$ 661.78 | \$ 702.12 | \$ 744.91 | \$ 790.32 | \$ 838.49 | |
| BLIUSAS | \$ 438.31 | \$ 465.03 | \$ 493.37 | \$ 523.44 | \$ 555.35 | \$ 589.20 | \$ 625.11 | \$ 663.21 | \$ 703.63 | \$ 746.52 | |
| VESTIDOS | \$ 1,168.04 | \$ 1,239.23 | \$ 1,314.76 | \$ 1,394.90 | \$ 1,479.92 | \$ 1,570.13 | \$ 1,665.83 | \$ 1,767.36 | \$ 1,875.09 | \$ 1,989.37 | |
| CHAQUETAS | \$ 1,417.01 | \$ 1,503.38 | \$ 1,595.01 | \$ 1,692.23 | \$ 1,795.37 | \$ 1,904.80 | \$ 2,020.90 | \$ 2,144.08 | \$ 2,274.77 | \$ 2,413.42 | |
| TOTAL | \$ 3,515.66 | \$ 3,729.95 | \$ 3,957.30 | \$ 4,198.50 | \$ 4,454.40 | \$ 4,725.91 | \$ 5,013.96 | \$ 5,319.57 | \$ 5,643.80 | \$ 5,987.80 | |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Financiero

Año: 2017

5.5.1.1.1.7 Gabardina.

Tabla 98. Proyección cantidad de materia prima gabardina (metros cuadrados)

| GABARDINA | | | | | | | | | | |
|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| MATERIA PRIMA | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
| FALDAS | 214.29 | 220.71 | 227.33 | 234.15 | 241.17 | 248.40 | 255.85 | 263.53 | 271.43 | 279.57 |
| BLIUSAS | 482.05 | 496.50 | 511.39 | 526.73 | 542.53 | 558.80 | 575.56 | 592.82 | 610.60 | 628.91 |
| VESTIDOS | 857.20 | 882.91 | 909.39 | 936.66 | 964.75 | 993.68 | 1023.48 | 1054.18 | 1085.79 | 1118.36 |
| CHAQUETAS | 69.62 | 71.71 | 73.86 | 76.07 | 78.35 | 80.70 | 83.12 | 85.62 | 88.18 | 90.83 |
| TOTAL | 1623.15 | 1671.83 | 1721.97 | 1773.61 | 1826.80 | 1881.59 | 1938.02 | 1996.14 | 2056.00 | 2117.66 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Financiero

Año: 2017

Tabla 99. Proyección precios de materia prima gabardina

| GABARDINA | | | | | | | | | | |
|---------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| MATERIA PRIMA | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
| FALDAS | | | | | | | | | | |
| BLIUSAS | \$ 6.00 | \$ 6.18 | \$ 6.37 | \$ 6.56 | \$ 6.75 | \$ 6.96 | \$ 7.17 | \$ 7.38 | \$ 7.60 | \$ 7.83 |
| VESTIDOS | | | | | | | | | | |
| CHAQUETAS | | | | | | | | | | |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Financiero

Año: 2017

Tabla 100. Proyección de materia prima gabardina

| GABARDINA | | | | | | | | | | | |
|---------------|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|--|
| MATERIA PRIMA | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 | |
| FALDAS | \$ 1,285.71 | \$ 1,364.08 | \$ 1,447.22 | \$ 1,535.43 | \$ 1,629.02 | \$ 1,728.31 | \$ 1,833.66 | \$ 1,945.42 | \$ 2,064.00 | \$ 2,189.80 | |
| BLIUSAS | \$ 2,892.28 | \$ 3,068.57 | \$ 3,255.61 | \$ 3,454.04 | \$ 3,664.57 | \$ 3,887.93 | \$ 4,124.91 | \$ 4,376.32 | \$ 4,643.07 | \$ 4,926.07 | |
| VESTIDOS | \$ 5,143.21 | \$ 5,456.70 | \$ 5,789.29 | \$ 6,142.16 | \$ 6,516.54 | \$ 6,913.73 | \$ 7,335.13 | \$ 7,782.22 | \$ 8,256.55 | \$ 8,759.80 | |
| CHAQUETAS | \$ 417.72 | \$ 443.18 | \$ 470.19 | \$ 498.85 | \$ 529.25 | \$ 561.51 | \$ 595.74 | \$ 632.05 | \$ 670.57 | \$ 711.44 | |
| TOTAL | \$ 9,738.93 | \$10,332.53 | \$ 10,962.31 | \$ 11,630.48 | \$ 12,339.38 | \$ 13,091.48 | \$ 13,889.43 | \$ 14,736.01 | \$ 15,634.19 | \$ 16,587.12 | |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Financiero

Año: 2017

5.5.1.1.1. 8 Tafetán.

Tabla 101. Proyección cantidad de materia prima tafetán (metros cuadrados)

| TAFETAN | | | | | | | | | | |
|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| MATERIA PRIMA | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
| FALDAS | 19.89 | 20.49 | 21.10 | 21.74 | 22.39 | 23.06 | 23.75 | 24.46 | 25.20 | 25.95 |
| BLIUSAS | 77.92 | 80.26 | 82.67 | 85.15 | 87.70 | 90.33 | 93.04 | 95.83 | 98.70 | 101.66 |
| VESTIDOS | 148.32 | 152.77 | 157.35 | 162.07 | 166.93 | 171.94 | 177.09 | 182.41 | 187.88 | 193.51 |
| CHAQUETAS | 262.41 | 270.28 | 278.38 | 286.73 | 295.33 | 304.19 | 313.31 | 322.71 | 332.39 | 342.35 |
| TOTAL | 508.54 | 523.80 | 539.50 | 555.68 | 572.35 | 589.51 | 607.19 | 625.40 | 644.16 | 663.48 |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Financiero
Año: 2017

Tabla 102. Proyección precios de materia prima tafetán

| TAFETAN | | | | | | | | | | |
|---------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| MATERIA PRIMA | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
| FALDAS | | | | | | | | | | |
| BLIUSAS | \$ 6.00 | \$ 6.18 | \$ 6.37 | \$ 6.56 | \$ 6.75 | \$ 6.96 | \$ 7.17 | \$ 7.38 | \$ 7.60 | \$ 7.83 |
| VESTIDOS | | | | | | | | | | |
| CHAQUETAS | | | | | | | | | | |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Financiero
Año: 2017

Tabla 103. Proyección de materia prima tafetán

| TAFETAN | | | | | | | | | | | | |
|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--|--|
| MATERIA PRIMA | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 | | |
| FALDAS | \$ 119.35 | \$ 126.62 | \$ 134.34 | \$ 142.53 | \$ 151.21 | \$ 160.43 | \$ 170.21 | \$ 180.58 | \$ 191.59 | \$ 203.27 | | |
| BLIUSAS | \$ 467.53 | \$ 496.03 | \$ 526.26 | \$ 558.34 | \$ 592.37 | \$ 628.48 | \$ 666.78 | \$ 707.43 | \$ 750.54 | \$ 796.29 | | |
| VESTIDOS | \$ 889.93 | \$ 944.18 | \$ 1,001.72 | \$ 1,062.78 | \$ 1,127.56 | \$ 1,196.29 | \$ 1,269.20 | \$ 1,346.56 | \$ 1,428.64 | \$ 1,515.71 | | |
| CHAQUETAS | \$ 1,574.45 | \$ 1,670.42 | \$ 1,772.23 | \$ 1,880.25 | \$ 1,994.86 | \$ 2,116.45 | \$ 2,245.45 | \$ 2,382.31 | \$ 2,527.52 | \$ 2,681.57 | | |
| TOTAL | \$ 3,051.27 | \$ 3,237.25 | \$ 3,434.56 | \$ 3,643.90 | \$ 3,866.00 | \$ 4,101.64 | \$ 4,351.64 | \$ 4,616.88 | \$ 4,898.29 | \$ 5,196.85 | | |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Financiero
Año: 2017

5.5.1.1.1.9 Randa.

Tabla 104. Proyección cantidad de materia prima randa (metros cuadrados)

| | RANDA | | | | | | | | | |
|-------------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| MATERIA PRIMA | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
| FALDAS Y VESTIDOS | 354.24 | 364.86 | 375.81 | 387.08 | 398.68 | 410.64 | 422.96 | 435.64 | 448.71 | 462.16 |
| TOTAL | 354.24 | 1311.71 | 1351.05 | 1391.56 | 1433.30 | 1476.28 | 1520.56 | 1566.16 | 1613.13 | 1661.50 |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Financiero
Año: 2017

Tabla 105. Proyección precios de materia prima randa

| | RANDA | | | | | | | | | |
|-------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| MATERIA PRIMA | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
| FALDAS Y VESTIDOS | \$ 3.00 | \$ 3.09 | \$ 3.18 | \$ 3.28 | \$ 3.38 | \$ 3.48 | \$ 3.58 | \$ 3.69 | \$ 3.80 | \$ 3.92 |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Financiero
Año: 2017

Tabla 106. Proyección de materia prima randa

| | RANDA | | | | | | | | | |
|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| MATERIA PRIMA | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
| FALDAS Y VESTIDOS | \$ 1,062.72 | \$ 1,127.49 | \$ 1,196.22 | \$ 1,269.13 | \$ 1,346.48 | \$ 1,428.55 | \$ 1,515.63 | \$ 1,608.01 | \$ 1,706.02 | \$ 1,810.00 |
| TOTAL | \$ 1,062.72 | \$ 1,127.49 | \$ 1,196.22 | \$ 1,269.13 | \$ 1,346.48 | \$ 1,428.55 | \$ 1,515.63 | \$ 1,608.01 | \$ 1,706.02 | \$ 1,810.00 |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Financiero
Año: 2017

5.5.1.1.10 Resumen de materia prima.

Tabla 107. Resumen de materia prima (metros cuadrados)

| AÑOS | CANTIDADES | | | | TOTAL | COSTO DE MATERIA PRIMA | | | | TOTAL |
|--------|------------|--------|----------|-----------|-------|------------------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| | FALDAS | BLUSAS | VESTIDOS | CHAQUETAS | | FALDAS | BLUSAS | VESTIDOS | CHAQUETAS | |
| AÑO 1 | 3308 | 3272 | 5358 | 4688 | 16627 | \$12,430.55 | \$15,976.95 | \$15,976.95 | \$24,377.79 | \$ 68,762.23 |
| AÑO 2 | 3407 | 3371 | 5518 | 4828 | 17126 | \$13,188.21 | \$16,950.77 | \$16,950.77 | \$25,863.65 | \$ 72,953.40 |
| AÑO 3 | 3510 | 3472 | 5684 | 4973 | 17639 | \$13,992.05 | \$17,983.94 | \$17,983.94 | \$27,440.08 | \$ 77,400.01 |
| AÑO 4 | 3614 | 3576 | 5854 | 5122 | 18168 | \$14,844.89 | \$19,080.09 | \$19,080.09 | \$29,112.59 | \$ 82,117.66 |
| AÑO 5 | 3723 | 3683 | 6030 | 5277 | 18713 | \$15,749.71 | \$20,243.05 | \$20,243.05 | \$30,887.05 | \$ 87,122.86 |
| AÑO 6 | 3835 | 3794 | 6211 | 5435 | 19275 | \$16,709.68 | \$21,476.89 | \$21,476.89 | \$32,769.66 | \$ 92,433.12 |
| AÑO 7 | 3950 | 3908 | 6397 | 5597 | 19852 | \$17,728.16 | \$22,785.94 | \$22,785.94 | \$34,767.02 | \$ 98,067.06 |
| AÑO 8 | 4068 | 4025 | 6589 | 5766 | 20448 | \$18,808.72 | \$24,174.78 | \$24,174.78 | \$36,886.12 | \$104,044.40 |
| AÑO 9 | 4190 | 4145 | 6787 | 5939 | 21061 | \$19,955.13 | \$25,648.27 | \$25,648.27 | \$39,134.38 | \$110,386.06 |
| AÑO 10 | 4316 | 4270 | 6991 | 6117 | 21693 | \$21,171.43 | \$27,211.57 | \$27,211.57 | \$41,519.68 | \$117,114.25 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Financiero

Año: 2017

5.5.1.2 Mano de obra directa.

La mano de obra corresponde al segundo componente del costo; hace referencia al rubro que se paga al personal que interviene directamente en la elaboración del producto.

A todos los operarios de la empresa se les pagará el sueldo establecido en las tablas sectoriales del IESS más los beneficios de ley que están formados de décimo tercero, décimo cuarto sueldo, aporte patronal y partir del segundo año los fondos de reserva.

5.5.1.2.1 Proyección de la mano de obra directa.

Para el cálculo de la mano de obra se tomó en cuenta los sueldos básicos unificados de los años 2012 hasta el 2017 se realizó un análisis de incrementos, después se procedió a calcular el promedio de incrementos como se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 108. Promedio de sueldos

| AÑO | SUELDO | CRECIMIENTO | PORCENTAJE DE CRECIMIENTO |
|-----------------|--------|-------------|---------------------------|
| 2017 | 375 | - | 0 % |
| 2016 | 366 | 0.024000 | 2.40 % |
| 2015 | 354 | 0.032787 | 3.28 % |
| 2014 | 342 | 0.033898 | 3.39 % |
| 2013 | 312 | 0.087719 | 8.78 % |
| 2012 | 292 | 0.064103 | 6.4 % |
| TOTAL | | | 24.25 % |
| PROMEDIO | | | 4.85 % |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Financiero
Año: 2017

Para el cálculo de las proyecciones de costo de mano de obras se incrementará usando el valor porcentual promedio a cada año. Se efectuará la contratación de las operarias en función a la capacidad de producción en condiciones normal. Los cálculos se han efectuado tomando en cuenta los fondos de reserva y vacaciones.

Todos los trabajadores tendrán derecho a acceder a los beneficios estipulados en el código de trabajo-

Décimo tercer sueldo es el sueldo completo de un mes o bono navideño se pagará hasta el veinticuatro de Diciembre de cada año.

Décimo cuarto , es una bonificación obligatoria que el empleador debe pagar hasta el 15 de Agosto.

El IESS es el recaudador de los fondos de reserva el empleador deberá obligatoriamente a todo el personal que trabaje en la empresa a a partir del segundo año de trabajo.

Las vacaciones son un beneficio de ley para el empleado, consiste en un tiempo de descanso obligatorio remunerado; este período depende del tipo de empresa sea esta pública o privada.

El tiempo mínimo de descanso otorgado corresponde a 15 días, mismos que serán remunerados, es importante denotar que se ha establecido el valor dentro de las proyecciones a partir del año dos. Todos los trabajadores deberán obligatoriamente descansar sin embargo el valor de mensual de las vacaciones corresponde a \$ 15,6933 y anual asciende a \$188,32.

Tabla 109. Mano de obra directa

| ACTIVIDAD O PUESTO | N | SUELDO | AP PATRON | 13ERO | 14TO | TOTAL MENSUAL | TOTAL AÑO 1 |
|----------------------|----------|-------------------|-------------------|-----------------|-----------------|-------------------|--------------------|
| Diseñador/modista | 1 | \$376.64 | \$376.64 | \$31.33 | \$31.25 | \$485.03 | \$ 5,820.46 |
| Cortador | 1 | \$375.92 | \$375.92 | \$31.33 | \$31.25 | \$484.17 | \$ 5,810.05 |
| Costurera 1 | 1 | \$375.92 | \$375.92 | \$31.33 | \$31.25 | \$484.17 | \$ 5,810.05 |
| Costurera 2 | 1 | \$375.92 | \$375.92 | \$31.33 | \$31.25 | \$484.17 | \$ 5,810.05 |
| Costurera 3 | 1 | \$375.92 | \$375.92 | \$31.33 | \$31.25 | \$484.17 | \$ 5,810.05 |
| Costurera 4 | 1 | \$375.92 | \$375.92 | \$31.33 | \$31.25 | \$484.17 | \$ 5,810.05 |
| Obrero de terminados | 1 | \$376.64 | \$376.64 | \$31.33 | \$31.25 | \$485.03 | \$ 5,820.46 |
| TOTAL | 7 | \$2,632.88 | \$3,838.74 | \$219.41 | \$218.75 | \$3,390.93 | \$40,691.18 |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Financiero
Año: 2017

5.5.1.2.2 Resumen de mano de obra directa.

Tabla 105. Resumen de proyección de mano de obra directa

| ACTIVIDAD | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 |
|----------------------|---------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Diseñador/modista | \$5,820.46 | \$6,196.95 | \$6,497.51 | \$6,812.65 | \$7,143.07 | \$7,489.52 | \$ 7,852.77 | \$8,233.65 | \$8,632.99 | \$9,051.70 |
| Cortador | \$5,810.05 | \$6,185.82 | \$6,485.84 | \$6,800.41 | \$7,130.24 | \$7,476.07 | \$7,838.67 | \$8,218.86 | \$8,617.48 | \$9,035.44 |
| Costureras | \$5,810.05 | \$6,185.82 | \$6,485.84 | \$6,800.41 | \$7,130.24 | \$7,476.07 | \$7,838.67 | \$8,218.86 | \$8,617.48 | \$9,035.44 |
| Costureras | \$5,810.05 | \$6,185.82 | \$6,485.84 | \$6,800.41 | \$7,130.24 | \$ 7,476.07 | \$7,838.67 | \$8,218.86 | \$8,617.48 | \$9,035.44 |
| Costureras | \$5,810.05 | \$6,185.82 | \$6,485.84 | \$6,800.41 | \$7,130.24 | \$7,476.07 | \$7,838.67 | \$8,218.86 | \$8,617.48 | \$9,035.44 |
| Costureras | \$5,810.05 | \$6,185.82 | \$6,485.84 | \$6,800.41 | \$7,130.24 | \$7,476.07 | \$7,838.67 | \$8,218.86 | \$8,617.48 | \$9,035.44 |
| Obrero de terminados | \$5,820.46 | \$6,196.95 | \$6,497.51 | \$6,812.65 | \$7,143.07 | \$7,489.52 | \$7,852.77 | \$8,233.65 | \$8,632.99 | \$9,051.70 |
| TOTAL | \$ 40,691.18 | \$43,323.01 | \$45,424.23 | \$47,627.37 | \$ 49,937.37 | \$52,359.40 | \$54,898.90 | \$57,561.58 | \$60,353.40 | \$63,280.62 |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Financiero
Año:20

5.5.1.3 Costos indirectos de fabricación.

Corresponden al tercer elemento del costo, son parte importante porque permiten ejecutar las actividades productivas completamente

Los costos indirectos de fabricación están conformados por la mano de obra indirecta, materiales indirectos, mantenimiento de maquinaria, servicios básicos y depreciaciones.

La mano de obra indirecta son todos los costos pagados a los empleados que no manipulan directamente el producto, sin embargo son necesarios en la empresa cabe destacar que las vacaciones y fondos de reserva se encuentran incluidos en las proyecciones a partir del año dos.

Los materiales indirectos incluyen: hilos, botones, cierres, tela para forro, fundas, etiquetas grandes y pequeñas.

Dentro de los materiales de mantenimiento de maquinaria, está las agujas, cinta métrica y el Lubricante.

5.5.1.3.1 Proyección de costos indirectos de fabricación.

Para obtener los costos indirectos proyectados se realizó el cálculo del promedio de la inflación de los años 2012 hasta el 2016 dando como resultado un 3,01%, seguido de esto se multiplicó el porcentaje de incremento con el valor que se estima la empresa gastará en los rubros antes mencionados y finalmente se incrementó al rubro de cada año anterior; para la proyección de la mano de obra directa se tomó en cuenta los fondos de reserva para el año dos.

5.5.1.3.1 Materiales indirectos.

Tabla 110. Costos indirectos de fabricación

| PRODUCTO | PRECIO. UNIT | CANT. | COSTO MENSUAL | COSTO ANUAL |
|--------------------------|--------------|-------|------------------|--------------------|
| Etiquetas | \$ 0.06 | | \$ 27.17 | \$ 326.22 |
| Etiquetas de información | \$ 0.03 | 5435 | \$ 13.59 | \$ 163.04 |
| Fundas | \$ 0.17 | | \$ 75.48 | \$ 905.78 |
| Botones | \$ 0.03 | 7500 | \$ 15.63 | \$ 187.50 |
| Materiales para forros | \$ 0.75 | 2700 | \$ 168.75 | \$ 2,025.00 |
| Cierres | \$ 0.08 | 5435 | \$ 36.23 | \$ 600.00 |
| Tubos de hilos | \$ 2.00 | 120 | \$ 20.00 | \$ 240.00 |
| TOTAL | | | \$ 356.85 | \$ 4,447.39 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Financiero

Año: 2017

Tabla 111. Proyección de costos indirectos de fabricación

| PRODUCTO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 |
|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Etiquetas | \$ 326.08 | \$ 338.11 | \$ 350.57 | \$ 363.50 | \$ 376.91 | \$ 390.81 | \$ 405.22 | \$ 420.17 | \$ 435.66 | \$ 451.73 |
| Etiquetas | \$ 163.04 | \$ 169.05 | \$ 175.29 | \$ 181.75 | \$ 188.45 | \$ 195.41 | \$ 202.61 | \$ 210.08 | \$ 217.83 | \$ 225.87 |
| Fundas | \$ 905.78 | \$ 939.18 | \$ 973.82 | \$1,009.73 | \$1,046.97 | \$1,085.58 | \$1,125.62 | \$1,167.13 | \$1,210.18 | \$1,254.81 |
| Botones | \$ 187.50 | \$ 194.42 | \$ 201.59 | \$ 209.02 | \$ 216.73 | \$ 224.72 | \$ 233.01 | \$ 241.60 | \$ 250.51 | \$ 259.75 |
| Tela para forros | \$2,025.00 | \$2,099.68 | \$2,177.12 | \$2,257.41 | \$2,340.66 | \$2,426.99 | \$2,516.49 | \$2,609.30 | \$2,705.53 | \$2,805.31 |
| Cierres | \$ 600.00 | \$ 622.13 | \$ 645.07 | \$ 668.86 | \$ 693.53 | \$ 719.11 | \$ 745.63 | \$ 773.13 | \$ 801.64 | \$ 831.20 |
| Tubos de hilos | \$ 240.00 | \$ 248.85 | \$ 258.03 | \$ 267.54 | \$ 277.41 | \$ 287.64 | \$ 298.25 | \$ 309.25 | \$ 320.66 | \$ 332.48 |
| TOTAL | \$4,447.39 | \$4,611.41 | \$4,781.48 | \$4,957.82 | \$5,140.67 | \$5,330.26 | \$5,526.84 | \$5,730.67 | \$5,942.01 | \$6,161.16 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Financiero

Año: 2017

5.5.1.3.2 Materiales para mantenimiento de maquinaria.

Tabla 112. Mantenimiento de maquinaria

| PRODUCTO | PRECIO.UNIT | CANT | COSTO MENSUAL | COSTO ANUAL |
|-------------------------|-------------|------|---------------|-------------|
| Cinta métrica | \$ 0.25 | 4 | \$ 1.00 | \$ 1.00 |
| GALON DE 4 LITROS | \$ 4.50 | 4 | \$ 1.50 | \$ 18.00 |
| Agujas de mano | \$ 0.03 | | \$ 0.06 | \$ 0.75 |
| Agujas para overlock | \$ 0.35 | | \$ 0.73 | \$ 8.75 |
| Agujas para recubridora | \$ 0.45 | 25 | \$ 0.94 | \$ 11.25 |
| Agujas para recta | \$ 0.25 | | \$ 0.52 | \$ 6.25 |
| TOTAL | | | \$ 4.75 | \$ 46.00 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Financiero

Año: 2017

Tabla 113. Proyección de mantenimiento de maquinaria

| PRODUCTO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 |
|--------------------|----------|---------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Cinta métrica | \$ 1.00 | \$1.04 | \$1.08 | \$ 1.11 | \$ 1.16 | \$ 1.20 | \$ 1.24 | \$ 1.29 | \$ 1.34 | \$ 1.39 |
| Galón de aceite | \$ 18.00 | \$18.66 | \$19.35 | \$ 20.07 | \$ 20.81 | \$ 21.57 | \$ 22.37 | \$ 23.19 | \$ 24.05 | \$ 24.94 |
| Agujas de mano | \$ 0.75 | \$0.78 | \$0.81 | \$ 0.84 | \$ 0.87 | \$ 0.90 | \$ 0.93 | \$ 0.97 | \$ 1.00 | \$ 1.04 |
| Agujas/overlock | \$ 8.75 | \$9.07 | \$ 9.41 | \$ 9.75 | \$ 10.11 | \$ 10.49 | \$ 10.87 | \$ 11.27 | \$ 11.69 | \$ 12.12 |
| Agujas/recubridora | \$ 11.25 | \$11.66 | \$12.10 | \$ 12.54 | \$ 13.00 | \$ 13.48 | \$ 13.98 | \$ 14.50 | \$ 15.03 | \$ 15.59 |
| Agujas/recta | \$ 6.25 | \$6.48 | \$6.72 | \$ 6.97 | \$ 7.22 | \$ 7.49 | \$ 7.77 | \$ 8.05 | \$ 8.35 | \$ 8.66 |
| TOTAL | \$46.00 | \$47.70 | \$ 49.46 | \$ 51.28 | \$ 53.17 | \$55.13 | \$ 57.16 | \$ 59.27 | \$ 61.46 | \$63.73 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Financiero

Año: 2017

5.5.1.3.3 Servicios básicos.

Tabla 114. Servicios básicos

| PRODUCTO | PRECIO. UNIT | CANT | COSTO MENSUAL | COTO ANUAL |
|--------------------------|--------------|-------|------------------|-------------------|
| Energía Eléctrica (Kw/h) | \$ 0.09 | 12600 | \$ 95.55 | \$1,146.60 |
| Agua (m3.) | \$0.85 | 240 | \$ 17.08 | \$ 204.96 |
| TOTAL | | | \$ 112.63 | \$1,351.56 |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Financiero
Año: 2017

Tabla 115. Proyección de servicios básicos

| PRODUCTO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 |
|--------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Energía Eléctrica (Kw/h) | \$1,146.60 | \$1,188.89 | \$1,232.73 | \$1,278.20 | \$1,325.34 | \$1,374.21 | \$1,424.90 | \$1,477.45 | \$1,531.93 | \$1,588.43 |
| Agua (m3.) | \$ 204.96 | \$ 212.52 | \$ 220.36 | \$ 228.48 | \$ 236.91 | \$ 245.65 | \$ 254.71 | \$ 264.10 | \$ 273.84 | \$ 283.94 |
| TOTAL | \$1,351.56 | \$1,401.41 | \$1,453.09 | \$1,506.68 | \$1,562.25 | \$1,619.86 | \$1,679.60 | \$1,741.55 | \$1,805.77 | \$1,872.37 |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Financiero
Año: 2017

5.5.1.4 Resumen de costos indirectos de fabricación.

Tabla 116. Resumen de costos indirectos de fabricación

| SERVICIOS/PRODUCTO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 |
|-----------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Mano De Obra Indirecta | \$ 11,869.07 | \$ 13,250.77 | \$13,893.46 | \$14,567.31 | \$ 15,273.84 | \$ 16,014.65 | \$16,791.38 | \$ 17,605.78 | \$18,459.69 | \$ 19,355.01 |
| Materiales Indirectos | \$ 4,447.39 | \$ 4,611.41 | \$ 4,781.48 | \$ 4,957.82 | \$ 5,140.67 | \$ 5,330.26 | \$ 5,526.84 | \$ 5,730.67 | \$ 5,942.01 | \$ 6,161.16 |
| Mantenimiento De Maquinaria | \$ 46.00 | \$ 47.70 | \$ 49.46 | \$ 51.28 | \$ 53.17 | \$ 55.13 | \$ 57.16 | \$ 59.27 | \$ 61.46 | \$ 63.73 |
| Servicios Básicos | \$ 1,351.56 | \$ 1,401.41 | \$ 1,453.09 | \$ 1,506.68 | \$ 1,562.25 | \$ 1,619.86 | \$ 1,679.60 | \$ 1,741.55 | \$ 1,805.77 | \$ 1,872.37 |
| TOTAL | \$ 17,714.02 | \$ 19,311.29 | \$ 20,177.49 | \$ 21,083.09 | \$ 22,029.93 | \$ 23,019.90 | \$24,054.98 | \$25,137.27 | \$26,268.94 | \$27,452.26 |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Financiero
Año: 2017

5.5.5.1.1 Mano de obra indirecta.

Tabla 117. Mano de obra indirecta

| ACTIVIDAD O PUESTO | N | SUELDO | AP PATRON | 13ERO | 14TO | TOTAL MENSUAL | TOTAL AÑO 1 |
|--------------------|----------|-----------------|----------------|----------------|---------------|-----------------|-----------------|
| OBRERO TERM | 1 | \$376.64 | \$45.76 | \$31.38 | \$31.25 | \$485.04 | 5820.46 |
| JEFE DE PRODUCCION | 1 | \$392.42 | \$47.67 | \$32.70 | \$31.25 | \$504.05 | 6048.61 |
| TOTAL | 2 | \$769.06 | \$93.44 | \$64.08 | \$62.5 | \$989.09 | 11869.07 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Financiero

Año: 2017

Tabla 118. Resumen de mano de obra indirecta

| ACTIVIDAD O PUESTO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 |
|----------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Obrero de Terminados | \$5,820.46 | \$ 6,497.51 | \$6,812.65 | \$7,143.07 | \$7,489.52 | \$7,852.77 | \$8,233.65 | \$8,632.99 | \$9,051.70 | \$ 9,490.72 |
| Jefe de producción | \$6,048.61 | \$ 6,753.26 | \$7,080.81 | \$7,424.23 | \$7,784.32 | \$8,161.87 | \$8,557.73 | \$8,972.80 | \$9,407.99 | \$ 9,864.29 |
| TOTAL | \$11,869.07 | \$13,250.77 | \$13,893.46 | \$14,567.31 | \$15,273.84 | \$16,014.65 | \$16,791.38 | \$17,605.78 | \$18,459.69 | \$19,355.01 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Financiero

Año:2017

5.5.2 Resumen de costos de producción.

Tabla 119. Resumen de costos

| RUBRO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 |
|----------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Materia prima directa | \$68,762.23 | \$72,953.40 | \$77,400.01 | \$82,117.66 | \$87,122.86 | \$92,433.12 | \$98,067.06 | \$104,044.40 | \$110,386.06 | \$117,114.25 |
| Mano de obra directa | \$40,691.18 | \$45,424.23 | \$47,627.37 | \$49,937.37 | \$52,359.40 | \$54,898.90 | \$57,561.58 | \$ 60,353.40 | \$ 63,280.62 | \$ 66,349.82 |
| Costos Indirectos de fabricación | \$17,714.02 | \$19,311.29 | \$20,177.49 | \$21,083.09 | \$22,029.93 | \$23,019.90 | \$24,054.98 | \$ 25,137.27 | \$ 26,268.94 | \$ 27,452.26 |
| TOTAL | \$127,167.43 | \$137,688.92 | \$145,204.87 | \$153,138.12 | \$161,512.19 | \$170,351.92 | \$179,683.62 | \$ 189,535.07 | \$ 199,935.62 | \$ 210,916.33 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Financiero

Año: 2017

5.6 Gastos administrativos

Estos gastos están relacionados directamente con la administración general del negocio; está formado por, remuneraciones administrativas, suministros de oficina, servicios básicos.

Para el cálculo de las proyecciones se tomó como base el promedio de inflación de los últimos cinco años el porcentaje de 3.01% y para los sueldos se utiliza un porcentaje de 4,85%.

Se utiliza promedios, con la finalidad de darle seguridad a las proyecciones.

5.6.1 Remuneraciones del personal administrativo.

Tabla 120. Remuneraciones del personal administrativo

| ACTIVIDAD | N | SUELDO | AP.PATRON | 13ERO | 14TO | TOTAL MENSUAL | TOTAL AÑO 1 |
|--------------|----------|-----------------|----------------|----------------|----------------|-----------------|-------------------|
| GERENTE | 1 | \$392.09 | \$47.64 | \$32.67 | \$31.25 | \$503.65 | \$6,043.84 |
| TOTAL | 1 | \$392.09 | \$47.64 | \$32.67 | \$31.25 | \$503.65 | \$6,043.84 |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Financiero
Año: 2017

Tabla 121. Resumen remuneraciones del personal administrativo

| CARGO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 |
|--------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Gerente | \$6,043.84 | \$6,747.91 | \$7,075.20 | \$7,418.35 | \$7,778.16 | \$8,155.41 | \$8,550.96 | \$8,965.69 | \$9,400.54 | \$9,856.48 |
| TOTAL | \$6,043.84 | \$6,747.91 | \$7,075.20 | \$7,418.35 | \$7,778.16 | \$8,155.41 | \$8,550.96 | \$8,965.69 | \$9,400.54 | \$9,856.48 |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Financiero
Año: 2017

5.6.2 Suministros de oficina.

Tabla 122. Suministros de oficina

| ARTÍCULO | CANT | PRECIO.UNIT | COSTO MENSUAL | COSTO ANUAL |
|---------------------------------|------|-------------|-----------------|------------------|
| Hojas papel bond | 500 | \$ 0.01 | \$ 3.50 | \$ 42.00 |
| Esferos | 3 | \$ 0.27 | \$ 0.81 | \$ 9.75 |
| Sistema de tinta para impresora | 4 | \$ 8.50 | \$ 34.00 | \$ 408.00 |
| Tinta continua | 4 | \$ 10.00 | \$ 40.00 | \$ 480.00 |
| TOTAL | | | \$ 78.31 | \$ 939.75 |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Financiero
Año: 2017

Tabla 123. Proyección de suministros de oficina

| ARTÍCULO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 |
|------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Hojas papel bond | \$ 42.00 | \$ 43.26 | \$ 44.56 | \$ 45.90 | \$ 47.28 | \$ 48.70 | \$ 50.17 | \$ 51.68 | \$ 53.23 | \$ 54.83 |
| Esferos | \$ 9.75 | \$ 10.04 | \$ 10.34 | \$ 10.66 | \$ 10.98 | \$ 11.31 | \$ 11.65 | \$ 12.00 | \$ 12.36 | \$ 12.73 |
| Sistema de tinta | \$408.00 | \$420.26 | \$432.90 | \$445.91 | \$ 459.31 | \$473.12 | \$ 487.34 | \$ 501.99 | \$517.08 | \$532.63 |
| Tinta Continua | \$480.00 | \$494.43 | \$509.29 | \$524.60 | \$ 540.37 | \$556.61 | \$ 573.35 | \$ 590.58 | \$608.33 | \$626.62 |
| TOTAL | \$939.75 | \$968.00 | \$997.10 | \$1,027.07 | \$1,057.94 | \$1,089.75 | \$1,122.50 | \$1,156.25 | \$1,191.00 | \$1,226.80 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Financiero

Año: 2017

5.6.3 Servicios básicos.

Tabla 124. Servicios básicos administración

| PRODUCTO | PRECIO.UNIT | CANT | COSTO MENSUAL | COTO ANUAL |
|--------------------------|-------------|------|-----------------|------------------|
| Energía Eléctrica (Kw/h) | 0.091 | 150 | \$ 13.65 | \$ 163.80 |
| Agua (m3.) | 0.854 | 10 | \$ 8.54 | \$ 102.48 |
| TOTAL | | | \$ 31.29 | \$ 266.28 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Financiero

Año: 2017

Tabla 125. Resumen proyección de servicios básicos administración

| PRODUCTO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 |
|-------------------------|------------------|------------------|-----------------|------------------|-----------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|-----------------|
| Energía Eléctrica(Kw/h) | \$163.80 | \$ 168.72 | \$173.80 | \$ 179.02 | \$184.40 | \$189.94 | \$ 195.65 | \$ 201.54 | \$ 207.59 | \$213.83 |
| Agua (m3.) | \$102.48 | \$ 105.56 | \$108.73 | \$ 112.00 | \$115.37 | \$118.84 | \$ 122.41 | \$ 126.09 | \$ 129.88 | \$133.78 |
| TOTAL | \$ 266.28 | \$ 274.28 | \$282.53 | \$ 291.02 | \$299.77 | \$308.78 | \$ 318.06 | \$ 327.62 | \$ 337.47 | \$347.62 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Financiero

Año: 2017

5.6.4 Resumen de gastos de administración.

Tabla 126. Resumen de gastos de administración

| RUBRO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 |
|------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Mano de obra | \$6,043.84 | \$6,747.91 | \$7,075.20 | \$7,418.35 | \$7,778.16 | \$8,155.41 | \$8,550.96 | \$8,965.69 | \$9,400.54 | \$9,856.48 |
| Suministros de oficina | \$ 939.75 | \$ 968.00 | \$ 997.10 | \$1,027.07 | \$1,057.94 | \$1,089.75 | \$1,122.50 | \$1,156.25 | \$1,191.00 | \$1,226.80 |
| Servicios básicos | \$ 266.28 | \$ 274.28 | \$ 282.53 | \$ 291.02 | \$ 299.77 | \$ 308.78 | \$ 318.06 | \$ 327.62 | \$ 337.47 | \$ 347.62 |
| TOTAL | \$7,249.87 | \$7,990.19 | \$8,354.83 | \$8,736.44 | \$9,135.87 | \$9,553.94 | \$9,991.52 | \$10,449.56 | \$10,929.01 | \$11,430.90 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Financiero

Año: 2017

5.7 Gastos de ventas

Son gastos en que incurrirá la empresa para llevar el producto hasta el consumidor. Comprende los gastos de arriendo del local comercial, sueldos de vendedores, publicidad y elaboración de catálogos.

5.7.1. Sueldos y salarios de vendedores.

Tabla 127. Sueldos y salarios de vendedores

| ACTIVIDAD PUESTO | O N | SUELDO | AP. PATRON | 13ERO | 14TO | TOTAL MENSUAL | TOTAL AÑO 1 |
|---------------------|----------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|--------------------|
| Jefa de ventas | 1 | \$ 395.20 | \$ 48.02 | \$ 32.93 | \$ 31.25 | \$ 507.40 | \$ 6,088.80 |
| Vendedor de almacén | 1 | \$ 378.40 | \$ 45.98 | \$ 31.53 | \$ 31.25 | \$ 487.16 | \$ 5,845.91 |
| TOTAL | 2 | \$773.60 | \$ 93.99 | \$ 64.47 | \$ 62.50 | \$ 994.56 | \$11,934.71 |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Financiero
Año: 2017

Tabla 128. Proyección de sueldos y salarios de vendedores

| ACTIVIDAD | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 |
|---------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Jefa de Ventas | \$6,088.80 | \$6,798.32 | \$7,128.05 | \$7,473.77 | \$7,836.26 | \$8,216.33 | \$8,614.83 | \$9,032.66 | \$9,470.76 | \$ 9,930.10 |
| Vendedor de almacén | \$5,845.91 | \$6,526.04 | \$6,842.56 | \$7,174.43 | \$7,522.40 | \$7,887.25 | \$8,269.79 | \$8,670.89 | \$9,091.44 | \$ 9,532.39 |
| TOTAL | \$11,934.71 | \$13,324.36 | \$13,970.61 | \$14,648.20 | \$15,358.66 | \$16,103.57 | \$16,884.62 | \$17,703.55 | \$18,562.20 | \$19,462.49 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Financiero

Año: 2017

5.7.2. Arriendo de local comercial.

Tabla 129. Arriendos

| RUBRO | COSTO MENSUAL | COSTO ANUAL |
|-----------------|------------------|-------------------|
| Local comercial | \$ 180.00 | \$ 2160.00 |
| TOTAL | \$ 180.00 | \$ 2160.00 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Financiero

Año: 2017

Tabla 130. Proyección de arriendos

| RUBRO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 | AÑO 10 |
|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Local comercial | \$2,160.00 | \$2,224.93 | \$2,291.81 | \$2,360.70 | \$2,431.67 | \$2,504.76 | \$2,580.05 | \$2,657.61 | \$2,737.50 | \$2,819.79 | \$2,904.55 |
| TOTAL | \$2,160.00 | \$2,224.93 | \$2,291.81 | \$2,360.70 | \$2,431.67 | \$2,504.76 | \$2,580.05 | \$2,657.61 | \$2,737.50 | \$2,819.79 | \$2,904.55 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Financiero

Año: 2017

5.7.3 Publicidad.

Tabla 131. Publicidad

| ARTÍCULO | CANTIDAD UNIDADES. | PRECIO UNITARIO | COSTO MENSUAL | COSTO ANUAL |
|--------------------|--------------------|-----------------|----------------|-----------------|
| Volantes y posters | 100 | \$0.10 | \$10.00 | \$120.00 |
| TOTAL | | | \$10.00 | \$120.00 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Financiero

Año: 2017

Tabla 132. Proyección de publicidad

| RUBRO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 |
|--------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Publicidad | \$120.00 | \$123.61 | \$127.32 | \$131.15 | \$135.09 | \$139.15 | \$143.34 | \$147.65 | \$152.08 | \$156.65 |
| TOTAL | \$120.00 | \$123.61 | \$127.32 | \$131.15 | \$135.09 | \$139.15 | \$143.34 | \$147.65 | \$152.08 | \$156.65 |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Financiero
Año: 2017

5.7.4 Catálogos.

Tabla 133. Catálogos

| ARTÍCULO | CANT. | PRECIO.UNIT | TOTAL MENSUAL | TOTAL ANUAL |
|--------------|-------|----------------|-----------------|------------------|
| CATÁLOGOS | 600 | \$ 9.60 | \$ 62.50 | \$ 750.00 |
| TOTAL | | \$ 9.60 | \$ 62.50 | \$ 750.00 |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Financiero
Año: 2017

Tabla 134. Proyección de gastos en catálogos

| RUBRO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 |
|--------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Catálogos | \$750.00 | \$772.55 | \$795.77 | \$819.69 | \$844.33 | \$869.71 | \$895.85 | \$922.78 | \$950.52 | \$979.09 |
| TOTAL | \$750.00 | \$772.55 | \$795.77 | \$819.69 | \$844.33 | \$869.71 | \$895.85 | \$922.78 | \$950.52 | \$979.09 |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Financiero
Año: 2017

5.7.5 Resumen de gastos de ventas.

Tabla 135. Resumen de gastos de ventas

| RUBRO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 |
|--------------------|---------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|
| Sueldos vendedores | \$ 11,934.71 | \$13,324.36 | \$13,970.61 | \$14,648.20 | \$15,358.66 | \$16,103.57 | \$16,884.62 | \$17,703.55 | \$18,562.20 | \$ 19,462.49 |
| Arriendos | \$ 2,160.00 | \$ 2,224.93 | \$ 2,291.81 | \$ 2,360.70 | \$ 2,431.67 | \$ 2,504.76 | \$ 2,580.05 | \$ 2,657.61 | \$ 2,737.50 | \$ 2,819.79 |
| Publicidad | \$ 120.00 | \$ 123.61 | \$ 127.32 | \$ 131.15 | \$ 135.09 | \$ 139.15 | \$ 143.34 | \$ 147.65 | \$ 152.08 | \$ 156.65 |
| Catálogos | \$ 750.00 | \$ 772.55 | \$ 795.77 | \$ 819.69 | \$ 844.33 | \$ 869.71 | \$ 895.85 | \$ 922.78 | \$ 950.52 | \$ 979.09 |
| TOTAL | \$ 14,964.71 | \$16,445.45 | \$17,185.51 | \$17,959.74 | \$18,769.75 | \$19,617.19 | \$20,503.86 | \$21,431.59 | \$22,402.30 | \$ 23,418.02 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Financiero

Año: 2017

5.8 Depreciación y amortización de cargos diferidos

La empresa incurrirá en pagos de carácter legal que le permitan desarrollar normalmente las actividades comerciales y productivas de la empresa, a este rubro se los denomina gastos de constitución, mismo que se amortizará a 5 años.

5.8.1 Gastos de constitución.

Tabla 136. Gastos de constitución

| CONCEPTO | VALOR |
|---|-------------------|
| Registro de la propiedad | \$ 330.00 |
| Honorarios del notario | \$ 330.00 |
| Bomberos | \$ 30.00 |
| Transporte e instalaciones de maquinaria y equipos | \$ 120.00 |
| Arquitecto y permisos de construcción | \$ 625.73 |
| PATENTE (permiso de funcionamiento del local de ventas) | \$ 69,50 |
| TOTAL | \$ 1445.73 |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Financiero
Año: 2017

Tabla 137. Amortización de gastos de constitución e imprevistos

| ACTIVOS NOMINALES | VALOR | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|------------------------|-------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Gastos de organización | \$1,445.73 | \$ 289.15 | \$ 289.15 | \$ 289.15 | \$ 289.15 | \$ 289.15 |
| Imprevistos | \$ 500.00 | \$ 100.00 | \$ 100.00 | \$ 100.00 | \$ 100.00 | \$ 100.00 |
| TOTAL | \$1,945.73 | \$ 389.15 | \$ 389.15 | \$ 389.15 | \$ 389.15 | \$ 389.15 |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Financiero
Año: 2017

5.8.2 Depreciaciones.

La depreciación refleja la pérdida del valor de los activos fijos por efecto del desgaste, agotamiento u obsolescencia.

La magnitud en la que el bien pierde valor, en el transcurso del tiempo se calculará a través del método de línea recta. El valor residual será el 10% del costo de adquisición.

Tabla 138. Activos fijos a depreciar

| ACTIVOS FIJOS | V. ACTUAL | V. RESIDUAL | VIDA UTIL |
|-------------------------------|--------------|-------------|-----------|
| TERRENO | \$ 30,000.00 | - | - |
| CONSTRUCCIÓN | \$ 32,840.70 | \$ 3,284.07 | 20 |
| EQUIPOS DE COMPUTACIÓN | \$ 5,377.68 | \$ 537.77 | |
| Producción | \$ 2,260.00 | \$ 226.00 | 3 |
| Ventas | \$ 1,060.00 | \$ 106.00 | |
| Administración | \$ 2,057.68 | \$ 205.77 | |
| MAQUINARIA | \$ 6,680.00 | \$ 668.00 | 10 |
| EQUIPO DE VENTAS | \$ 692.50 | \$ 69.25 | 10 |
| MUEBLES Y ENSERES | \$ 1,840.00 | \$ 184.00 | |
| Producción | \$ 830.00 | \$ 84.00 | 10 |
| Ventas | \$ 610.00 | \$ 63.00 | |
| Administración | \$ 400.00 | \$ 40.00 | |
| EQUIPO DE OFICINA | \$ 2,031.92 | \$ 203.19 | |
| Administración | \$ 76.00 | \$ 7.60 | 10 |
| Ventas | \$ 1,955.92 | \$ 195.59 | |
| REINVERSION 1 | | | |
| EQUIPO DE COMPUTACIÓN | \$ 5,539.33 | \$ 553.93 | |
| Producción | \$ 2,327.94 | \$ 232.79 | 3 |
| Ventas | \$ 1,091.86 | \$ 109.19 | |
| Administración | \$ 2,119.53 | \$ 211.95 | |
| REINVERSION 2 | | | |
| EQUIPO DE COMPUTACIÓN | \$ 5,705.85 | \$ 570.58 | |
| Producción | \$ 2,397.91 | \$ 239.79 | 3 |
| Ventas | \$ 1,124.69 | \$ 112.47 | |
| Administración | \$ 2,183.25 | \$ 218.32 | |
| REINVERSION 3 | | | |
| EQUIPO DE COMPUTACIÓN | \$ 5,877.36 | \$ 587.74 | |
| Producción | \$ 2,469.99 | \$ 247.00 | 3 |
| Ventas | \$ 1,158.49 | \$ 115.85 | |
| Administración | \$ 2,248.88 | \$ 224.89 | |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Financiero

Año: 2017

Tabla 139. Depreciación construcción

| AÑO | VALOR ACTUAL | DEPRECIACIÓN | DEPRECIACIÓN ACUMULADA. | SALDO |
|-----|--------------|--------------|-------------------------|-------------|
| 1 | \$ 32,840.70 | \$ 1,477.83 | \$ 1,477.83 | \$31,362.87 |
| 2 | \$ 32,840.70 | \$ 1,477.83 | \$ 2,955.66 | \$29,885.04 |
| 3 | \$ 32,840.70 | \$ 1,477.83 | \$ 4,433.49 | \$28,407.21 |
| 4 | \$ 32,840.70 | \$ 1,477.83 | \$ 5,911.33 | \$26,929.37 |
| 5 | \$ 32,840.70 | \$ 1,477.83 | \$ 7,389.16 | \$25,451.54 |
| 6 | \$ 32,840.70 | \$ 1,477.83 | \$ 8,866.99 | \$23,973.71 |
| 7 | \$ 32,840.70 | \$ 1,477.83 | \$10,344.82 | \$22,495.88 |
| 8 | \$ 32,840.70 | \$ 1,477.83 | \$11,822.65 | \$21,018.05 |
| 9 | \$ 32,840.70 | \$ 1,477.83 | \$13,300.48 | \$19,540.22 |
| 10 | \$ 32,840.70 | \$ 1,477.83 | \$14,778.32 | \$18,062.39 |
| 11 | \$ 32,840.70 | \$ 1,477.83 | \$16,256.15 | \$16,584.55 |
| 12 | \$ 32,840.70 | \$ 1,477.83 | \$17,733.98 | \$15,106.72 |
| 13 | \$ 32,840.70 | \$ 1,477.83 | \$19,211.81 | \$13,628.89 |
| 14 | \$ 32,840.70 | \$ 1,477.83 | \$20,689.64 | \$12,151.06 |
| 15 | \$ 32,840.70 | \$ 1,477.83 | \$22,167.47 | \$10,673.23 |
| 16 | \$ 32,840.70 | \$ 1,477.83 | \$23,645.30 | \$ 9,195.40 |
| 17 | \$ 32,840.70 | \$ 1,477.83 | \$25,123.14 | \$ 7,717.56 |
| 18 | \$ 32,840.70 | \$ 1,477.83 | \$26,600.97 | \$ 6,239.73 |
| 19 | \$ 32,840.70 | \$ 1,477.83 | \$28,078.80 | \$ 4,761.90 |
| 20 | \$ 32,840.70 | \$ 1,477.83 | \$29,556.63 | \$ 3,284.07 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2017

Tabla 140. Depreciación equipos de computación de producción

| AÑO | VALOR ACTUAL | DEPRECIACIÓN | DEPRECIACIÓN ACUMULADA. | SALDO |
|-----|--------------|--------------|-------------------------|-------------|
| 1 | \$ 2,260.00 | \$ 678.00 | \$ 678.00 | \$ 1,582.00 |
| 2 | \$ 2,260.00 | \$ 678.00 | \$ 1,356.00 | \$ 904.00 |
| 3 | \$ 2,260.00 | \$ 678.00 | \$ 2,034.00 | \$ 226.00 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2017

Tabla 141. Depreciación equipos de computación de ventas

| AÑO | VALOR ACTUAL | DEPRECIACIÓN | DEPRECIACIÓN ACUMULADA. | SALDO |
|-----|--------------|--------------|-------------------------|-----------|
| 1 | \$ 1,060.00 | \$ 318.00 | \$ 318.00 | \$ 742.00 |
| 2 | \$ 1,060.00 | \$ 318.00 | \$ 636.00 | \$ 424.00 |
| 3 | \$ 1,060.00 | \$ 318.00 | \$ 954.00 | \$ 106.00 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2017

Tabla 142. Depreciación equipos de computación de administración

| AÑO | VALOR ACTUAL | DEPRECIACIÓN | DEPRECIACIÓN ACUMULADA. | SALDO |
|-----|--------------|--------------|-------------------------|-------------|
| 1 | \$ 2,057.68 | \$ 617.30 | \$ 617.30 | \$ 1,440.38 |
| 2 | \$ 2,057.68 | \$ 617.30 | \$ 1,234.61 | \$ 823.07 |
| 3 | \$ 2,057.68 | \$ 617.30 | \$ 1,851.91 | \$ 205.77 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2017

Tabla 143. Depreciación equipos de oficina de la administración

| AÑO | VALOR ACTUAL | DEPRECIACIÓN | DEPRECIACIÓN ACUMULADA. | SALDO |
|-----|--------------|--------------|-------------------------|----------|
| 1 | \$ 76.00 | \$ 6.84 | \$ 6.84 | \$ 69.16 |
| 2 | \$ 76.00 | \$ 6.84 | \$ 13.68 | \$ 62.32 |
| 3 | \$ 76.00 | \$ 6.84 | \$ 20.52 | \$ 55.48 |
| 4 | \$ 76.00 | \$ 6.84 | \$ 27.36 | \$ 48.64 |
| 5 | \$ 76.00 | \$ 6.84 | \$ 34.20 | \$ 41.80 |
| 6 | \$ 76.00 | \$ 6.84 | \$ 41.04 | \$ 34.96 |
| 7 | \$ 76.00 | \$ 6.84 | \$ 47.88 | \$ 28.12 |
| 8 | \$ 76.00 | \$ 6.84 | \$ 54.72 | \$ 21.28 |
| 9 | \$ 76.00 | \$ 6.84 | \$ 61.56 | \$ 14.44 |
| 10 | \$ 76.00 | \$ 6.84 | \$ 68.40 | \$ 7.60 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2017

Tabla 144. Depreciación equipos de oficina de ventas

| AÑO | VALOR ACTUAL | DEPRECIACIÓN | DEPRECIACIÓN ACUMULADA. | SALDO |
|-----|--------------|--------------|-------------------------|-------------|
| 1 | \$ 1,955.92 | \$ 176.03 | \$ 176.03 | \$ 1,779.89 |
| 2 | \$ 1,955.92 | \$ 176.03 | \$ 352.07 | \$ 1,603.85 |
| 3 | \$ 1,955.92 | \$ 176.03 | \$ 528.10 | \$ 1,427.82 |
| 4 | \$ 1,955.92 | \$ 176.03 | \$ 704.13 | \$ 1,251.79 |
| 5 | \$ 1,955.92 | \$ 176.03 | \$ 880.16 | \$ 1,075.76 |
| 6 | \$ 1,955.92 | \$ 176.03 | \$ 1,056.20 | \$ 899.72 |
| 7 | \$ 1,955.92 | \$ 176.03 | \$ 1,232.23 | \$ 723.69 |
| 8 | \$ 1,955.92 | \$ 176.03 | \$ 1,408.26 | \$ 547.66 |
| 9 | \$ 1,955.92 | \$ 176.03 | \$ 1,584.30 | \$ 371.62 |
| 10 | \$ 1,955.92 | \$ 176.03 | \$ 1,760.33 | \$ 195.59 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2017

Tabla 145. Maquinaria

| AÑO | VALOR ACTUAL | DEPRECIACIÓN | DEPRECIACIÓN ACUMULADA. | SALDO |
|-----|--------------|--------------|-------------------------|-------------|
| 1 | \$ 6,680.00 | \$ 601.20 | \$ 601.20 | \$ 6,078.80 |
| 2 | \$ 6,680.00 | \$ 601.20 | \$ 1,202.40 | \$ 5,477.60 |
| 3 | \$ 6,680.00 | \$ 601.20 | \$ 1,803.60 | \$ 4,876.40 |
| 4 | \$ 6,680.00 | \$ 601.20 | \$ 2,404.80 | \$ 4,275.20 |
| 5 | \$ 6,680.00 | \$ 601.20 | \$ 3,006.00 | \$ 3,674.00 |
| 6 | \$ 6,680.00 | \$ 601.20 | \$ 3,607.20 | \$ 3,072.80 |
| 7 | \$ 6,680.00 | \$ 601.20 | \$ 4,208.40 | \$ 2,471.60 |
| 8 | \$ 6,680.00 | \$ 601.20 | \$ 4,809.60 | \$ 1,870.40 |
| 9 | \$ 6,680.00 | \$ 601.20 | \$ 5,410.80 | \$ 1,269.20 |
| 10 | \$ 6,680.00 | \$ 601.20 | \$ 6,012.00 | \$ 668.00 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2017

Tabla 146. Equipo de ventas

| AÑO | VALOR ACTUAL | DEPRECIACIÓN | DEPRECIACIÓN ACUMULADA. | SALDO |
|-----|--------------|--------------|-------------------------|-----------|
| 1 | \$ 692.50 | \$ 62.33 | \$ 62.33 | \$ 630.18 |
| 2 | \$ 692.50 | \$ 62.33 | \$ 124.65 | \$ 567.85 |
| 3 | \$ 692.50 | \$ 62.33 | \$ 186.98 | \$ 505.53 |
| 4 | \$ 692.50 | \$ 62.33 | \$ 249.30 | \$ 443.20 |
| 5 | \$ 692.50 | \$ 62.33 | \$ 311.63 | \$ 380.88 |
| 6 | \$ 692.50 | \$ 62.33 | \$ 373.95 | \$ 318.55 |
| 7 | \$ 692.50 | \$ 62.33 | \$ 436.28 | \$ 256.23 |
| 8 | \$ 692.50 | \$ 62.33 | \$ 498.60 | \$ 193.90 |
| 9 | \$ 692.50 | \$ 62.33 | \$ 560.93 | \$ 131.58 |
| 10 | \$ 692.50 | \$ 62.33 | \$ 623.25 | \$ 69.25 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2017

Tabla 147. Muebles y enseres de ventas

| AÑO | VALOR ACTUAL | DEPRECIACIÓN | DEPRECIACIÓN ACUMULADA. | SALDO |
|-----|--------------|--------------|-------------------------|-----------|
| 1 | \$ 610.00 | \$ 54.90 | \$ 54.90 | \$ 555.10 |
| 2 | \$ 610.00 | \$ 54.90 | \$ 109.80 | \$ 500.20 |
| 3 | \$ 610.00 | \$ 54.90 | \$ 164.70 | \$ 445.30 |
| 4 | \$ 610.00 | \$ 54.90 | \$ 219.60 | \$ 390.40 |
| 5 | \$ 610.00 | \$ 54.90 | \$ 274.50 | \$ 335.50 |
| 6 | \$ 610.00 | \$ 54.90 | \$ 329.40 | \$ 280.60 |
| 7 | \$ 610.00 | \$ 54.90 | \$ 384.30 | \$ 225.70 |
| 8 | \$ 610.00 | \$ 54.90 | \$ 439.20 | \$ 170.80 |
| 9 | \$ 610.00 | \$ 54.90 | \$ 494.10 | \$ 115.90 |
| 10 | \$ 610.00 | \$ 54.90 | \$ 549.00 | \$ 61.00 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2017

Tabla 148. Muebles y enseres de producción

| AÑO | VALOR ACTUAL | DEPRECIACIÓN | DEPRECIACIÓN ACUMULADA. | SALDO |
|-----|--------------|--------------|-------------------------|-----------|
| 1 | \$ 830.00 | \$ 74.70 | \$ 74.70 | \$ 755.30 |
| 2 | \$ 830.00 | \$ 74.70 | \$ 149.40 | \$ 680.60 |
| 3 | \$ 830.00 | \$ 74.70 | \$ 224.10 | \$ 605.90 |
| 4 | \$ 830.00 | \$ 74.70 | \$ 298.80 | \$ 531.20 |
| 5 | \$ 830.00 | \$ 74.70 | \$ 373.50 | \$ 456.50 |
| 6 | \$ 830.00 | \$ 74.70 | \$ 448.20 | \$ 381.80 |
| 7 | \$ 830.00 | \$ 74.70 | \$ 522.90 | \$ 307.10 |
| 8 | \$ 830.00 | \$ 74.70 | \$ 597.60 | \$ 232.40 |
| 9 | \$ 830.00 | \$ 74.70 | \$ 672.30 | \$ 157.70 |
| 10 | \$ 830.00 | \$ 74.70 | \$ 747.00 | \$ 83.00 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2017

Tabla 149. Muebles y enseres de administración

| AÑO | VALOR ACTUAL | DEPRECIACIÓN | DEPRECIACIÓN ACUMULADA. | SALDO |
|-----|--------------|--------------|-------------------------|-----------|
| 1 | \$ 400.00 | \$ 36.00 | \$ 36.00 | \$ 364.00 |
| 2 | \$ 400.00 | \$ 36.00 | \$ 72.00 | \$ 328.00 |
| 3 | \$ 400.00 | \$ 36.00 | \$ 108.00 | \$ 292.00 |
| 4 | \$ 400.00 | \$ 36.00 | \$ 144.00 | \$ 256.00 |
| 5 | \$ 400.00 | \$ 36.00 | \$ 180.00 | \$ 220.00 |
| 6 | \$ 400.00 | \$ 36.00 | \$ 216.00 | \$ 184.00 |
| 7 | \$ 400.00 | \$ 36.00 | \$ 252.00 | \$ 148.00 |
| 8 | \$ 400.00 | \$ 36.00 | \$ 288.00 | \$ 112.00 |
| 9 | \$ 400.00 | \$ 36.00 | \$ 324.00 | \$ 76.00 |
| 10 | \$ 400.00 | \$ 36.00 | \$ 360.00 | \$ 40.00 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2017

5.8.3 Reinversiones.

De acuerdo a la Ley De Régimen Tributario los equipos de computación deben depreciarse durante tres años de vida útil, la empresa deberá realizar tres reinversiones en este rubro para poder ejecutar todas las actividades productivas y comerciales.

Tabla 150. Depreciación equipos de computación de producción reinversión 1

| AÑO | VALOR ACTUAL | DEPRECIACIÓN | DEPRECIACIÓN ACUMULADA. | SALDO |
|-----|--------------|--------------|-------------------------|-------------|
| 1 | \$ 2,327.94 | \$ 698.38 | \$ 698.38 | \$ 1,629.55 |
| 2 | \$ 2,327.94 | \$ 698.38 | \$ 1,396.76 | \$ 931.17 |
| 3 | \$ 2,327.94 | \$ 698.38 | \$ 2,095.14 | \$ 232.79 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2017

Tabla 151. Depreciación equipos de computación de ventas reinversión 1

| AÑO | VALOR ACTUAL | DEPRECIACIÓN | DEPRECIACIÓN ACUMULADA. | SALDO |
|-----|--------------|--------------|-------------------------|-----------|
| 1 | \$ 1,091.86 | \$ 327.56 | \$ 327.56 | \$ 764.30 |
| 2 | \$ 1,091.86 | \$ 327.56 | \$ 655.12 | \$ 436.75 |
| 3 | \$ 1,091.86 | \$ 327.56 | \$ 982.68 | \$ 109.19 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2017

Tabla 152. Depreciación equipos de computación administración reinversión 1

| AÑO | VALOR ACTUAL | DEPRECIACIÓN | DEPRECIACIÓN ACUMULADA. | SALDO |
|-----|--------------|--------------|-------------------------|-------------|
| 1 | \$ 2,119.53 | \$ 635.86 | \$ 635.86 | \$ 1,483.67 |
| 2 | \$ 2,119.53 | \$ 635.86 | \$ 1,271.72 | \$ 847.81 |
| 3 | \$ 2,119.53 | \$ 635.86 | \$ 1,907.58 | \$ 211.95 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2017

Tabla 153. Depreciación equipos de computación de producción reinversión 2

| AÑO | VALOR ACTUAL | DEPRECIACIÓN | DEPRECIACIÓN ACUMULADA. | SALDO |
|-----|--------------|--------------|-------------------------|-------------|
| 1 | \$ 2,397.91 | \$ 719.37 | \$ 719.37 | \$ 1,678.54 |
| 2 | \$ 2,397.91 | \$ 719.37 | \$ 1,438.75 | \$ 959.17 |
| 3 | \$ 2,397.91 | \$ 719.37 | \$ 2,158.12 | \$ 239.79 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2017

Tabla 154. Depreciación equipos de computación de ventas reinversión 2

| AÑO | VALOR ACTUAL | DEPRECIACIÓN | DEPRECIACIÓN ACUMULADA. | SALDO |
|-----|--------------|--------------|-------------------------|-----------|
| 1 | \$ 1,124.69 | \$ 337.41 | \$ 337.41 | \$ 787.28 |
| 2 | \$ 1,124.69 | \$ 337.41 | \$ 674.81 | \$ 449.87 |
| 3 | \$ 1,124.69 | \$ 337.41 | \$ 1,012.22 | \$ 112.47 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2017

Tabla 155. Depreciación equipos de computación administración reinversión 2

| AÑO | VALOR ACTUAL | DEPRECIACIÓN | DEPRECIACIÓN ACUMULADA. | SALDO |
|-----|--------------|--------------|-------------------------|-------------|
| 1 | \$ 2,183.25 | \$ 654.97 | \$ 654.97 | \$ 1,528.27 |
| 2 | \$ 2,183.25 | \$ 654.97 | \$ 1,309.95 | \$ 873.30 |
| 3 | \$ 2,183.25 | \$ 654.97 | \$ 1,964.92 | \$ 218.32 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2017

Tabla 156. Depreciación equipos de computación de producción reinversión 3

| AÑO | VALOR ACTUAL | DEPRECIACIÓN | DEPRECIACIÓN ACUMULADA. | SALDO |
|-----|--------------|--------------|-------------------------|-------------|
| 1 | \$ 2,469.99 | \$ 741.00 | \$ 741.00 | \$ 1,729.00 |
| 2 | \$ 2,469.99 | \$ 741.00 | \$ 1,482.00 | \$ 988.00 |
| 3 | \$ 2,469.99 | \$ 741.00 | \$ 2,223.00 | \$ 247.00 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2017

Tabla 157. Depreciación equipos de computación de ventas reinversión 3

| AÑO | VALOR ACTUAL | DEPRECIACIÓN | DEPRECIACIÓN ACUMULADA. | SALDO |
|-----|--------------|--------------|-------------------------|-----------|
| 1 | \$ 1,158.49 | \$ 347.55 | \$ 347.55 | \$ 810.95 |
| 2 | \$ 1,158.49 | \$ 347.55 | \$ 695.10 | \$ 463.40 |
| 3 | \$ 1,158.49 | \$ 347.55 | \$ 1,042.64 | \$ 115.85 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2017

Tabla 158. Depreciación equipos de computación administración reinversión 3

| AÑO | VALOR ACTUAL | DEPRECIACIÓN | DEPRECIACIÓN ACUMULADA. | SALDO |
|-----|--------------|--------------|-------------------------|-------------|
| 1 | \$ 2,248.88 | \$ 674.66 | \$ 674.66 | \$ 1,574.21 |
| 2 | \$ 2,248.88 | \$ 674.66 | \$ 1,349.33 | \$ 899.55 |
| 3 | \$ 2,248.88 | \$ 674.66 | \$ 2,023.99 | \$ 224.89 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2017

5.8.4 Resumen de depreciación.

A continuación se presenta un cuadro resumen de las depreciaciones contabilizadas como costos y gastos:

Tabla 159. Resumen de depreciaciones

| PERÍODO | DEPRECIACION COSTO | DEPRECIACION GASTO | DEPRECIACION TOTAL |
|---------|--------------------|--------------------|--------------------|
| AÑO 1 | \$ 2,831.73 | \$ 1,212.35 | \$ 4,044.09 |
| AÑO 2 | \$ 2,831.73 | \$ 1,212.35 | \$ 4,044.09 |
| AÑO 3 | \$ 2,831.73 | \$ 1,212.35 | \$ 4,044.09 |
| AÑO 4 | \$ 2,852.11 | \$ 1,240.47 | \$ 4,092.58 |
| AÑO 5 | \$ 2,852.11 | \$ 1,240.47 | \$ 4,092.58 |
| AÑO 6 | \$ 2,852.11 | \$ 1,240.47 | \$ 4,092.58 |
| AÑO 7 | \$ 2,873.11 | \$ 1,269.43 | \$ 4,142.54 |
| AÑO 8 | \$ 2,873.11 | \$ 1,269.43 | \$ 4,142.54 |
| AÑO 9 | \$ 2,873.11 | \$ 1,269.43 | \$ 4,142.54 |
| AÑO 10 | \$ 2,894.73 | \$ 1,299.26 | \$ 4,193.99 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2017

5.9 Gastos financieros

Los gastos financieros son el costo de acceder a financiamiento externo; para la implementación del proyecto se hará necesario conseguir un préstamo, bajo las siguientes condiciones:

Tabla 160. Crédito

| INFORMACIÓN BÁSICA DEL CRÉDITO | |
|--------------------------------|--------------|
| Tasa: | 11.83% |
| Frecuencia: | Semestral |
| Monto: | \$ 50,450.99 |
| Numero de pagos anuales: | 2 |
| Tasa de interés: | 11.83% |
| Total de cuotas a pagar: | 20 |
| Tasa periódica: | 5,749% |
| Cuota semestral: | \$ 4,309.60 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2017

Tabla 161. Amortización del crédito

| PERÍODO | CAPITAL | VALOR CUOTA | INTERES | AMORTIZACION | SALDO |
|--------------|----------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|
| 1 | \$ 50,450.99 | \$ 4,309.60 | \$ 2,900.78 | \$ 1,408.81 | \$ 49,042.18 |
| 2 | \$ 49,042.18 | \$ 4,309.60 | \$ 2,819.78 | \$ 1,489.82 | \$ 47,552.36 |
| 3 | \$ 47,552.36 | \$ 4,309.60 | \$ 2,734.12 | \$ 1,575.48 | \$ 45,976.89 |
| 4 | \$ 45,976.89 | \$ 4,309.60 | \$ 2,643.54 | \$ 1,666.06 | \$ 44,310.83 |
| 5 | \$ 44,310.83 | \$ 4,309.60 | \$ 2,547.74 | \$ 1,761.85 | \$ 42,548.97 |
| 6 | \$ 42,548.97 | \$ 4,309.60 | \$ 2,446.44 | \$ 1,863.16 | \$ 40,685.82 |
| 7 | \$ 40,685.82 | \$ 4,309.60 | \$ 2,339.31 | \$ 1,970.28 | \$ 38,715.54 |
| 8 | \$ 38,715.54 | \$ 4,309.60 | \$ 2,226.03 | \$ 2,083.57 | \$ 36,631.97 |
| 9 | \$ 36,631.97 | \$ 4,309.60 | \$ 2,106.23 | \$ 2,203.37 | \$ 34,428.60 |
| 10 | \$ 34,428.60 | \$ 4,309.60 | \$ 1,979.54 | \$ 2,330.05 | \$ 32,098.55 |
| 11 | \$ 32,098.55 | \$ 4,309.60 | \$ 1,845.57 | \$ 2,464.02 | \$ 29,634.53 |
| 12 | \$ 29,634.53 | \$ 4,309.60 | \$ 1,703.90 | \$ 2,605.70 | \$ 27,028.83 |
| 13 | \$ 27,028.83 | \$ 4,309.60 | \$ 1,554.08 | \$ 2,755.52 | \$ 24,273.31 |
| 14 | \$ 24,273.31 | \$ 4,309.60 | \$ 1,395.64 | \$ 2,913.95 | \$ 21,359.36 |
| 15 | \$ 21,359.36 | \$ 4,309.60 | \$ 1,228.10 | \$ 3,081.50 | \$ 18,277.86 |
| 16 | \$ 18,277.86 | \$ 4,309.60 | \$ 1,050.92 | \$ 3,258.67 | \$ 15,019.19 |
| 17 | \$ 15,019.19 | \$ 4,309.60 | \$ 863.56 | \$ 3,446.04 | \$ 11,573.16 |
| 18 | \$ 11,573.16 | \$ 4,309.60 | \$ 665.42 | \$ 3,644.17 | \$ 7,928.98 |
| 19 | \$ 7,928.98 | \$ 4,309.60 | \$ 455.89 | \$ 3,853.70 | \$ 4,075.28 |
| 20 | \$ 4,075.28 | \$ 4,309.60 | \$ 234.32 | \$ 4,075.28 | \$ 0.00 |
| TOTAL | \$ 621,613.21 | \$ 86,191.91 | \$ 35,740.92 | \$ 50,450.99 | \$ 571,162.21 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2017

5.9.1 Resumen de gastos financieros y amortización de capital

Tabla 162. Amortización del capital e interés anualmente

| AÑO | INTERÉS | CAPITAL |
|--------------|---------------------|---------------------|
| 1 | \$ 2,898.63 | \$ 5,720.56 |
| 2 | \$ 3,241.54 | \$ 5,377.66 |
| 3 | \$ 3,625.01 | \$ 4,994.18 |
| 4 | \$ 4,053.85 | \$ 4,565.34 |
| 5 | \$ 4,533.42 | \$ 4,085.77 |
| 6 | \$ 5,069.72 | \$ 3,549.47 |
| 7 | \$ 5,669.47 | \$ 2,949.72 |
| 8 | \$ 6,340.17 | \$ 2,279.02 |
| 9 | \$ 7,090.21 | \$ 1,528.98 |
| 10 | \$ 7,928.98 | \$ 690.21 |
| TOTAL | \$ 35,740.92 | \$ 50,450.99 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2017

Tabla 163. Resumen de gastos financieros

| AÑO | INTERÉS |
|--------------|---------------------|
| 1 | \$ 2,898.63 |
| 2 | \$ 3,241.54 |
| 3 | \$ 3,625.01 |
| 4 | \$ 4,053.85 |
| 5 | \$ 4,533.42 |
| 6 | \$ 5,069.72 |
| 7 | \$ 5,669.47 |
| 8 | \$ 6,340.17 |
| 9 | \$ 7,090.21 |
| 10 | \$ 7,928.98 |
| TOTAL | \$ 35,740.92 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2017

5.10 Estados proforma

Los estados financieros son herramientas de gestión que ayudarán a tener una mejor visión de la situación financiera de la empresa, los recursos con los que cuenta, los resultados obtenidos, las entradas y salidas de efectivo que se han proyectado, la rentabilidad generada, entre otros aspectos de gran relevancia para la operación y administración de la organización.

5.10.1 Estado de situación inicial.

El estado de situación inicial es un documento que contiene información financiera acerca de los recursos con los cuales la empresa comenzará a trabajar, está formado de activos, pasivos y patrimonio.

Ilustración 30. Estado de situación inicial o de arranque al año cero

| ESTADO DE SITUACION INICIAL O DE ARRANQUE AL AÑO CERO | | | |
|--|------------------|---|------------------|
| ACTIVOS | | PASIVOS OBLIGACIONES A LARGO PLAZO | |
| ACTIVOS CORRIENTES | | PASIVOS A LARGO PLAZO | |
| ACTIVO DE LIBRE DISPONIBILIDAD | | | |
| Capital de trabajo | 12,268.12 | Cuentas por pagar largo plazo | 50,450.99 |
| TOTAL ACTIVOS CORRIENTES | 12,268.12 | | |
| ACTIVOS FIJOS | | PATRIMONIO | |
| ACTIVOS DE PROPIEDAD DE LA EMPRESA | | | |
| Terreno | 30,000.00 | Capital social | 40,922.08 |
| Construcción | 32,840.70 | | |
| Maquinaria | 6,680.00 | | |
| Equipo de oficina | 76.00 | | |
| Electrodomésticos | 1,299.84 | | |
| Equipo de ventas | 692.50 | | |
| Muebles y Enseres | 692.50 | | |
| Equipo de Computación | 5,377.68 | | |
| TOTAL FIJOS | 77,659.22 | | |
| ACTIVOS DIFERIDOS | 1,445.73 | | |
| TOTAL ACTIVOS | 91,373.07 | TOTAL PASIVO + PATRIMONIO | 91,373.07 |
| ----- FIRMA GERENTE | | ----- FIRMA CONTADOR | |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Técnico
Año: 2017

5.10.2 Estado de resultados o estado de pérdidas y ganancias.

El estado de resultados es un documento que presenta ordenadamente los ingresos, gastos generados en un período contable y por ende el beneficio o pérdida.

Ilustración 31. Estado de resultados proyectados

| ESTADO DE RESULTADOS | | | | | | | | | | |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Cuentas | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
| VENTAS NETAS | 181,014.73 | 191,994.70 | 197,828.74 | 209,969.94 | 222,835.50 | 236,494.70 | 250,901.74 | 266,130.62 | 282,268.44 | 299,400.13 |
| COSTOS DE PRODUCCION | 136,728.28 | 140,085.55 | 147,578.85 | 155,508.80 | 163,858.10 | 172,671.96 | 181,997.60 | 191,820.76 | 202,191.76 | 213,163.23 |
| UTILIDAD BRUTA EN VENTAS | 44,286.45 | 51,909.15 | 50,249.89 | 54,461.15 | 58,977.40 | 63,822.74 | 68,904.15 | 74,309.86 | 80,076.68 | 86,236.89 |
| GASTOS DE ADMINISTRACION | 7,359.41 | 8,071.49 | 8,407.02 | 8,777.22 | 9,145.77 | 9,142.89 | 9,566.83 | 9,991.13 | 10,435.82 | 10,921.60 |
| GASTOS DE VENTAS | 16,456.67 | 17,965.65 | 18,734.81 | 19,548.58 | 20,389.46 | 21,268.71 | 22,197.98 | 23,159.45 | 24,164.92 | 25,226.59 |
| UTILIDAD EN OPERACIONES | 20,470.37 | 25,872.01 | 23,108.05 | 26,135.34 | 29,442.17 | 33,411.14 | 37,139.33 | 41,159.29 | 45,475.94 | 50,088.71 |
| GASTOS FINANCIEROS (INTERESES) | 5,720.56 | 5,377.66 | 4,994.18 | 4,565.34 | 4,085.77 | 3,549.47 | 2,949.72 | 2,279.02 | 1,528.98 | 690.21 |
| UTILIDAD NETA ANTES DE PARTICIPACION TRABAJADORES | 14,749.81 | 20,494.36 | 18,113.87 | 21,570.00 | 25,356.40 | 29,861.67 | 34,189.61 | 38,880.26 | 43,946.96 | 49,398.50 |
| 15% Participación Trabajadores | 2,212.47 | 3,074.15 | 2,717.08 | 3,235.50 | 3,803.46 | 4,479.25 | 5,128.44 | 5,832.04 | 6,592.04 | 7,409.78 |
| UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA | 12,537.34 | 17,420.21 | 15,396.79 | 18,334.50 | 21,552.94 | 25,382.42 | 29,061.17 | 33,048.22 | 37,354.91 | 41,988.73 |
| Impuesto a la Renta | 2,758.21 | 3,832.45 | 3,387.29 | 4,033.59 | 4,741.65 | 5,584.13 | 6,393.46 | 7,270.61 | 8,218.08 | 9,237.52 |
| UTILIDAD NETA | 9,779.12 | 13,587.76 | 12,009.50 | 14,300.91 | 16,811.29 | 19,798.29 | 22,667.71 | 25,777.62 | 29,136.83 | 32,751.21 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2017

5.10.3 Estado de flujo de caja.

Es un reporte que presenta información acerca de las variaciones y movimientos de efectivo y sus equivalentes en un período determinado.

El estado de flujo de efectivo es un pilar muy importante en el desarrollo del proyecto, muestra las entradas y salidas de dinero; este estado es el punto de partida para el desarrollo de los indicadores financieros convirtiéndose en una herramienta para la toma de decisiones

Ilustración 32. Estado de flujo de caja

| Cuentas | Flujo de Caja proyectado | | | | | | | | | | |
|-------------------------------|--------------------------|--------------------|---------------------|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Año 6 | Año 7 | Año 8 | Año 9 | Año 10 |
| Utilidad Neta | | \$9,779.12 | \$13,587.76 | \$ 12,009.50 | \$ 14,300.91 | \$ 16,811.29 | \$ 19,798.29 | \$ 22,667.71 | \$ 25,777.62 | \$ 29,136.83 | \$ 32,751.21 |
| Depreciaciones | | \$ 4,044.09 | \$ 4,044.09 | \$ 4,044.09 | \$ 4,092.58 | \$ 4,092.58 | \$ 4,092.58 | \$ 4,142.54 | \$ 4,142.54 | \$ 4,142.54 | \$ 4,193.99 |
| Valor de rescate del proyecto | | | | | | | | | | | \$ 51,233.20 |
| Capital de trabajo | \$ (12,268.12) | | | | | | | | | | |
| Inversiones | \$ (91,373.07) | | | \$ (5,539.33) | | | \$ (5,705.85) | | | \$ (5,877.36) | |
| Crédito | \$ 50,450.99 | | | | | | | | | | |
| Amortización del crédito | | \$(2,898.63) | \$ (3,241.54) | \$ (3,625.01) | \$ (4,053.85) | \$ (4,533.42) | \$ (5,069.72) | \$ (5,669.47) | \$ (6,340.17) | \$ (7,090.21) | \$ (7,928.98) |
| Otras amortizaciones | \$ (1,945.73) | \$ 389.15 | \$ 389.15 | \$ 389.15 | \$ 389.15 | \$ 389.15 | | | | | |
| Flujo de Caja Neto | \$(55,135.93) | \$11,313.73 | \$ 14,779.46 | \$ 7,278.39 | \$ 14,728.79 | \$ 16,759.60 | \$ 13,115.30 | \$ 21,140.78 | \$ 23,579.98 | \$ 20,311.79 | \$ 80,249.42 |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Técnico
Año: 2017

5.11 Análisis financiero

Es el conjunto de técnicas que permite establecer un diagnóstico acerca de la situación económica actual y futura de la organización, este análisis permitirá una correcta administración y toma de decisiones, además se puede reducir el margen de riesgo financiero.

5.11.1 Costo de capital

Para obtener este valor se realizó el cálculo del porcentaje ponderado tomando en cuenta la participación de la inversión propia y externa multiplicada a las tasas 5,08% que es la tasa pasiva máxima y 11,83% tasa activa a la que se adquirirá el préstamo.

Tabla 164. Costo de capital

| DETALLE | INVERSION | PARTICIPACIÓN | TASA | VALOR |
|--------------------------|--------------|---------------|-----------|---------------|
| | | N | OPERACIÓN | PONDERADO |
| APORTE PROPIO | \$ 40,922.08 | 45% | 5.08% | 0.023 |
| APORTE FINANCIADO | \$ 50,450.99 | 55% | 11.83% | 0.065 |
| TOTAL | \$ 91,373.07 | 100% | 16.91% | 0.088 |
| TASA | | | | 8.807% |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Técnico
Año: 2017

Análisis.

La organización estableció un porcentaje de inversión propia de 45%, mientras que la inversión financiada representa el 55% después de establecer los cálculos correspondientes se obtuvo una tasa de capital de 8,807%.

5.11.2 Tasa de rendimiento medio.

La tasa de rendimiento medio representa la tasa mínima de beneficios económicos, que generará el proyecto; se calcula tomando en cuenta la inflación y el costo de capital, así se reemplazó a siguiente fórmula:

$$\text{*Tasa de rendimiento medio*} = (1 + TK)(1 + IP) - 1$$

Siendo:

- ❖ **TK:** costo de capital
- ❖ **IP:** Inflación promedio

$$\text{*TRM*} = (1 + 0.8807)(1 + 0.03006) - 1$$

$$\text{*TRM*} = 0.120777$$

$$\text{*TRM*} = 12.08\%$$

Análisis.

La tasa de rendimiento medio que se espera genere la empresa es de 12.08% superior a la pagada por una Institución Financiera en caso de colocar estos recursos en una inversión; esto demuestra que si la empresa comienza sus actividades productivas y comerciales obtendrá mayor rentabilidad que colocando la misma cantidad de dinero en la Entidad financiera.

5.11.3 Valor actual neto (VAN).

Comprende los flujos de caja traídos al valor presente; este indicador permite conocer si es o no factible el proyecto.

El valor actual neto de la inversión se calculó tomando los flujos de caja actualizándolos a valor presente, haciendo una división del flujo correspondiente a cada período para factor de conversión:

$$\text{Factor de conversión} = \frac{\text{flujo de efectivo año 1}}{(1 + i)^1} + \frac{\text{flujo de efectivo año } n}{(1 + i)^n} + \dots$$

Tabla 165. Flujos Netos proyectados

| FLUJOS NETOS | |
|--------------|----------------------|
| 0 | \$ (91,373.07) |
| 1 | \$ 11,313.73 |
| 2 | \$ 14,779.46 |
| 3 | \$ 7,278.39 |
| 4 | \$ 14,728.79 |
| 5 | \$ 16,759.60 |
| 6 | \$ 13,115.30 |
| 7 | \$ 21,140.78 |
| 8 | \$ 23,579.98 |
| 9 | \$ 20,311.79 |
| 10 | \$ 80,249.42 |
| TOTAL | \$ 131,884.17 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2017

Se procede a realizar la respectiva sumatoria y a reemplazar en la siguiente fórmula:

$$VAN = \sum \frac{\text{Flujos de caja proyectados}}{(1 + \text{tasa de rendimiento medio})^n} + (-\text{Inversión inicial})$$

Datos:

- ❖ $\sum \text{Flujos de caja netos} = \$ 131,884.17$
- ❖ $\text{Tasa de rendimiento medio} = 12.08\%$
- ❖ $\text{Inversión inicial} = \$ (91,373.07)$

De esta manera se obtuvo un Valor actual neto de 12,998,66 dólares.

Tabla 166. Cálculo del VAN

| FLUJOS NETOS Y ACTUALIZADOS | | | |
|-----------------------------|----|----------------------|---------------------|
| INVERSIÓN | 0 | \$ (91,373.07) | \$ - |
| | 1 | \$ 11,313.73 | \$ 10,094.33 |
| | 2 | \$ 14,779.46 | \$ 11,765.28 |
| | 3 | \$ 7,278.39 | \$ 5,169.53 |
| | 4 | \$ 14,728.79 | \$ 9,333.72 |
| FLUJOS | 5 | \$ 16,759.60 | \$ 9,475.96 |
| | 6 | \$ 13,115.30 | \$ 6,616.21 |
| | 7 | \$ 21,140.78 | \$ 9,515.34 |
| | 8 | \$ 23,579.98 | \$ 9,469.31 |
| | 9 | \$ 20,311.79 | \$ 7,277.72 |
| | 10 | \$ 80,249.42 | \$ 25,654.33 |
| TOTAL | | \$ 131,884.17 | \$104,371.73 |
| VAN | | | \$ 12,998.66 |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2017

Análisis.

El valor actual neto es mayor a cero lo que expresa que la organización generará rendimientos económicos futuros más allá del retorno de la inversión, por lo tanto la implementación de la empresa es beneficiosa para los inversionistas.

5.11.4 Tasa interna de retorno (TIR).

Es la tasa de rendimiento que se espera genere la inversión. El proceso para fijar la tasa interna de retorno comienza con el cálculo del valor actual neto positivo y negativo como muestra la siguiente tabla:

Tabla 167. Cálculo de la TIR manual

| AÑOS | FLUJOS DE EFECTIVO | TASAS | | |
|------------------|--------------------|----------------------|---------------------|-----------------------|
| | | 8.81% | 14.59% | 10% |
| | | TASA MENOR | TIR | TASA MAYOR |
| 0 | \$ (91,373.07) | \$ - | \$ - | \$ - |
| 1 | \$ 11,313.73 | \$ 10,397.98 | \$ 9,873.01 | \$ 10,285.21 |
| 2 | \$ 14,779.46 | \$ 12,483.75 | \$ 11,255.02 | \$ 12,214.43 |
| 3 | \$ 7,278.39 | \$ 5,650.22 | \$ 4,836.90 | \$ 5,468.36 |
| 4 | \$ 14,728.79 | \$ 10,508.49 | \$ 8,541.67 | \$ 10,059.96 |
| 5 | \$ 16,759.60 | \$ 10,989.56 | \$ 8,481.71 | \$ 10,406.39 |
| 6 | \$ 13,115.30 | \$ 7,903.84 | \$ 5,792.18 | \$ 7,403.25 |
| 7 | \$ 21,140.78 | \$ 11,709.12 | \$ 8,147.58 | \$ 10,848.56 |
| 8 | \$ 23,579.98 | \$ 12,003.00 | \$ 7,930.40 | \$ 11,000.24 |
| 9 | \$ 20,311.79 | \$ 9,502.50 | \$ 5,961.34 | \$ 8,614.18 |
| 10 | \$ 80,249.42 | \$ 34,504.44 | \$ 20,553.28 | \$ 30,939.62 |
| SUMATORIA | | \$ 125,652.90 | \$ 91,373.07 | \$ 117,240.20 |
| VAN | | \$ 34,279.82 | \$ (0.00) | \$ (25,867.13) |

Elaborado por: La Autora

Fuente: Estudio Técnico

Año: 2017

Después se reemplazó la fórmula que se presenta a continuación:

$$TIR = Td(+) + Td(-) \left[\frac{VAN(+)}{VAN(+)-VAN(-)} \right]$$

Siendo:

- ❖ $Td(+)$ = Tasa de descuento para obtener el VAN positivo
- ❖ $Td(-)$ = Tasa de descuento para obtener el VAN negativo
- ❖ $VAN(+)$ = Valor actual neto positivo
- ❖ $VAN(-)$ = Valor actual neto negativo

$$TIR = 0.0881 + 0,10 \left[\frac{\$ 34\,279,82}{(\$ 34\,279,82 + \$ 25\,867,13)} \right]$$

$$TIR = 0,1881 \left[\frac{\$ 34\,279,82}{(\$ 34\,279,82 + 25867,13)} \right]$$

$$TIR = 0,1450934469$$

Análisis.

La tasa interna de retorno se muestra superior a cero, por lo que se espera que la empresa recupere su inversión y reciba ganancias adicionales; así se puede demostrar que el proyecto es aceptable desde este punto de vista ya que este porcentaje resultó ser mayor a la tasa de descuento o costo de capital.

5.11.5 Tasa de rendimiento costo – beneficio.

Esta tasa permite al inversionista conocer si la empresa tendrá un rendimiento positivo después de haber invertido en los materiales y servicios necesarios para el desarrollo del producto terminado.

Para el cálculo de este evaluador financiero se tomó el total de ingresos actualizados y se lo dividió para la inversión inicial de esta manera:

$$T.R.B.C. = \frac{INGRESOS\ ACTUALIZADOS}{INVERSIÓN\ TOTAL\ DE\ PROYECTO}$$

Siendo:

T.R.B.C= Tasa de rendimiento beneficio costo

$$T.R.B.C = \frac{\$104,371.73}{\$ 91,373.07}$$

$$T.R.B.C = 1.1422$$

Análisis.

Por cada dólar de invertido se obtendrá 14 centavos adicionales lo que demuestra que la empresa generará un margen de utilidad para el inversionista después de haber recuperado la inversión.

5.11.6 Análisis costo – beneficio

Es un indicador que asocia los ingresos y gastos para evaluar la rentabilidad de la inversión durante el periodo de vida del proyecto.

Para conocer el beneficio que se obtendrá al haber realizado la inversión, primero se procedió a calcular el factor de actualización, tomando como base el promedio de los porcentajes de inflación de los últimos cinco años y se reemplazó valores en la siguiente fórmula:

$$\text{Factor de actualización} = \frac{\text{factor anterior}}{(1 + i)}$$

Siendo:

❖ i = Promedio De Inflación

Fuente: Estadística práctica, aplicación y análisis para la toma de decisiones en una empresa
Autor: Wálter López Moreno

Así se obtuvo lo siguiente:

Tabla 168. Cálculo del factor de actualización

| AÑO | INFLACIÓN |
|-----------------|--------------|
| 2012 | 4.16 |
| 2013 | 2.7 |
| 2014 | 3.67 |
| 2015 | 3.38 |
| 2016 | 1.12 |
| Total | 15.03 |
| Promedio | 3.01% |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Técnico
Año: 2017

A continuación se obtuvo el producto entre los factores, ingresos y gastos obteniendo los valores actualizados respectivamente; finalmente se obtiene el costo-beneficio aplicando la fórmula:

$$\text{Costo Beneficio} = \frac{\Sigma \text{Ingresos actualizados}}{\Sigma \text{Egresos actualizados}}$$

Tabla 169. Análisis costo – beneficio

| INGRESOS | FACTOR(I) | COSTOS | COSTOS ACTUALIZADOS | FLUJOS ACTUALIZADOS INGRESOS |
|----------------|--------------------|---------------|-----------------------|------------------------------|
| \$ (91,373,07) | 1 | | \$ - | \$ (91,373,07) |
| \$ 181,014.73 | 0.970817234 | \$ 166,264.92 | \$ 161,412.85 | \$ 175,732.22 |
| \$ 191,994.70 | 0.942486102 | \$ 171,500.34 | \$ 161,636.68 | \$ 180,952.33 |
| \$ 197,828.74 | 0.91498175 | \$ 179,714.86 | \$ 164,435.82 | \$ 181,009.68 |
| \$ 209,969.94 | 0.888280052 | \$ 188,399.94 | \$ 167,351.91 | \$ 186,512.11 |
| \$ 222,835.50 | 0.862357583 | \$ 197,479.10 | \$ 170,297.60 | \$ 192,163.89 |
| \$ 236,494.70 | 0.837191603 | \$ 206,633.03 | \$ 172,991.44 | \$ 197,991.38 |
| \$ 250,901.74 | 0.812760037 | \$ 216,712.13 | \$ 176,134.96 | \$ 203,922.91 |
| \$ 266,130.62 | 0.789041451 | \$ 226,500.31 | \$ 178,718.14 | \$ 209,988.09 |
| \$ 282,268.44 | 0.766015039 | \$ 237,482.71 | \$ 181,915.33 | \$ 216,221.87 |
| \$ 299,400.13 | 0.743660601 | \$ 256,238.84 | \$ 190,554.73 | \$ 222,652.08 |
| TOTAL | | | \$1,725,449.47 | \$1,967,146.56 |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Técnico
Año: 2017

$$C.B = \frac{\$1\,725.449,47}{\$1\,967.146,56}$$

$$\text{Costo beneficio} = 1.14$$

Análisis.

Tomando en cuenta el valor del dinero en el tiempo, transcurridos diez años, el dólar de hoy equivaldrá 0,74 centavos; por lo tanto la capacidad adquisitiva decrecerá.

La empresa recibirá 14 centavos adicionales por cada dólar que egresa en el proyecto, lo que demuestra que la empresa podrá recuperar la inversión y establecer un margen de utilidad.

5.11.7 Punto de equilibrio.

Indica cuanto debe producir la empresa para alcanzar a cubrir sus costos y gastos de producción

Tabla 170 Cálculo del punto de equilibrio

| PRODUCTO | CANTIDAD | CANTIDAD EN DÓLARES | PARTICIPACIÓN |
|--------------|-------------|----------------------|---------------|
| FALDAS | 2080 | \$ 47,600.00 | 38% |
| BLUSAS | 1187 | \$ 27,171.00 | 22% |
| VESTIDOS | 1874 | \$ 42,883.00 | 34% |
| CHAQUETAS | 293 | \$ 6,696.00 | 5% |
| TOTAL | 5435 | \$ 124,350.00 | 100% |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Técnico
Año: 2017

Análisis.

”PAO FASHION” deberá producir y comercializar 5.435 prendas de vestir de los cuales el 38% corresponde a faldas, el 22% blusas, el 34 % vestidos y 5% de chaquetas para poder pagar sus costos y gastos; en otras palabras la empresa venderá 124. 350.00 dólares.

5.11.8 Período de recuperación de la inversión

Muestra el tiempo estimado en que la organización podrá rescatar toda la inversión que se realizó.

Se calculó realizando la sumatoria de los flujos de caja traídos a valor presente, por el valor del dinero en el tiempo, seguidamente se realizó la sumatoria de los flujos hasta que de un valor aproximado al de la inversión en este caso se sumó hasta el año 6.

Tabla 171. Calculo del tiempo de recuperación corriente.

| AÑO | FLUJOS ACTUALIZADOS |
|--------------|---------------------|
| 0 | \$ (91,373.07) |
| 1 | \$ 11313.7300 |
| 2 | \$ 14779.4600 |
| 3 | \$ 7278.3900 |
| 4 | \$ 14728.7900 |
| 5 | \$ 16759.6000 |
| 6 | \$ 13115.3000 |
| 7 | \$ 21140.7800 |
| 8 | \$ 23579.9800 |
| 9 | \$ 20311.7900 |
| 10 | \$ 80249.4200 |
| TOTAL | |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Técnico
Año: 2017

La recuperación actual que es de aproximadamente 6,98 años

| AÑO | FACTOR DE CONVERSION | FLUJOS |
|-----|----------------------|-------------|
| 1 | 0.9699 | 10973.55 |
| 2 | 0.9408 | 13904.04728 |
| 3 | 0.9125 | 6641.395246 |
| 4 | 0.8850 | 13035.64152 |
| 5 | 0.9408 | 15766.9002 |
| 6 | 0.9125 | 11967.46685 |
| 7 | 0.9699 | 20505.12124 |
| 8 | 0.9408 | 22183.29741 |
| 9 | 0.9125 | 18534.12987 |
| 10 | 0.9699 | 77836.48885 |

La recuperación real es de 6,58 años resulta cambiante por el valor del dinero en el tiempo.

Análisis.

Tomando en cuenta los flujos de caja se pudo conocer que la organización recuperará la inversión en 6,93 años aproximadamente, sin embargo como se estima que el valor del dinero en el tipo tiene una tendencia cambiante que el tiempo de recuperación será 6,58 años.

5.11.8 Resumen de indicadores y análisis de sensibilidad

Tabla 172. Lista de Indicadores

| INDICADOR | % | VALOR | UNIDADES | TIEMPO |
|-------------------------------------|--------|---------------|----------|----------------------------|
| Costo de capital | 8.807% | | | |
| Tasa de rendimiento medio | 12.08% | | | |
| Valor actual neto | | \$ 34,279.82 | | |
| Tasa interna de retorno | 14.59% | | | |
| Costo beneficio | | \$ 1.14 | | |
| Tasa de rendimiento costo beneficio | 1.1422 | | | |
| Período de recuperación | | | | 6 años, 11 meses y 28 días |
| Período de recuperación real | | | | 6 años, 6 meses y 5 días |
| Punto de equilibrio | | \$ 124,350.00 | 5.435 | |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Estudio Técnico
Año: 2017

Según los indicadores existe rentabilidad pudiendo recuperar la inversión y obtener un margen de utilidad.

5.12 Oportunidad de negocio

Después de haber establecido todos los índices financieros se ha determinado que si la empresa ejecuta el proyecto, la organización podría generar beneficios económicos futuros, y que podrá recuperar la inversión en un lapso de casi 6 años un tiempo tardío porque la empresa no está utilizando la capacidad instalada en una gran proporción, la que determina que el proyecto es factible.

CAPÍTULO VI

6. Estructura organizacional

6.1 Introducción

La estructura organizacional es importante para el desarrollo adecuado de las actividades, permite establecer parámetros de formalidad a la empresa para un mejor desarrollo de las actividades administrativas y gerenciales, ayudándola a coordinar el desarrollo productivo, comercial y organizacional.

6.2 Objetivo general

Realizar una propuesta de estructura organizacional de manera que sea posible determinar aspectos legales, jurídicos, administrativos, laborales, para el buen desarrollo de las actividades administrativas de la empresa.

6.3 Presentación

“PAO FASHION” es una pequeña empresa dedicada a la producción y comercialización de prendas de vestir resaltando la belleza natural de la mujer evangélica, cubriendo sus expectativas y poniendo a su disposición un producto, innovador de excelente calidad.

6.3.1 Nombre o razón social.

La empresa se llamará “PAO FASHION”, Pao en homenaje a la futura fundadora de la entidad y la denominación fashion hace referencia a los diseños exclusivos e innovadores que presentará la organización.

6.3.2 Logo tipo y eslogan.

Un logotipo es la representación gráfica que permite identificar a la empresa. El logo de “PAO FASHION” comprende un adorno floral que significa belleza natural y una mujer que denota la feminidad, pureza y libertad caracterizando a las personas a las cuales se ha dirigido el proyecto con una tonalidad el color rojo que significa atracción, valentía y por su contraste también delicadeza.

El eslogan es una frase corta e impactante que expresa en resumen lo que es la empresa, enfatiza las fortalezas de la misma. El proyecto a considerado como su eslogan “*Secretos para lucir tu belleza*”, porque las prendas presentarán ciertas características que marcan el evangelismo, pero tendrán toques de elegancia, estilos basados en la juventud moderna resaltando la belleza propia de la mujer.

Ilustración 33. Logotipo de la empresa “PAO FASHION”



Elaborado por: Paolina Flores
Fuente: Estudio Organizacional
Año: 2017

6.3.3 Misión.

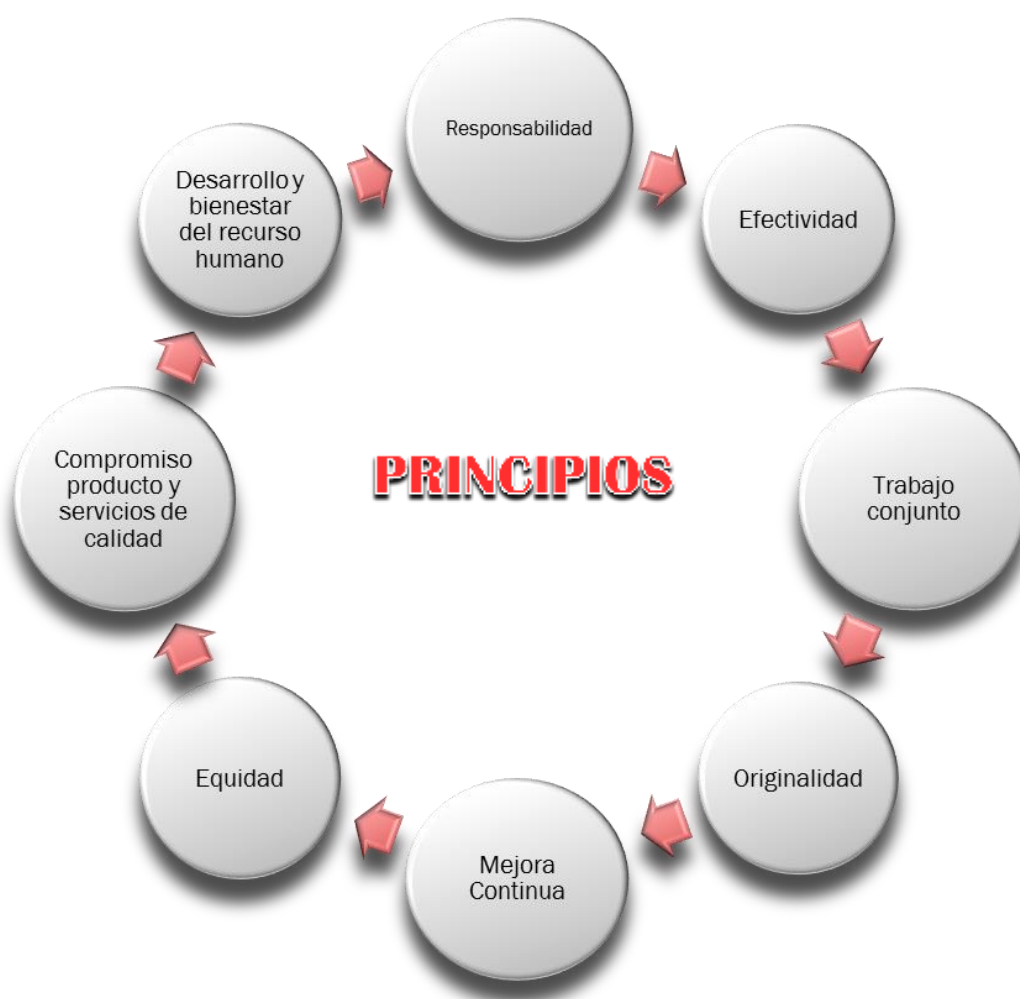
““PAO FASHION” es una empresa productora y comercializadora de prendas de vestir de alta costura con diseños únicos, exclusivos de excelente calidad, ofreciendo seguridad y logrando fidelidad en los clientes.”

6.3.4 Visión.

“La empresa “PAO FASHION” en el año 2025 será conocida por mantener el liderazgo a nivel regional, posicionándose en la mente de los consumidores, ofreciendo productos innovadores en diseño y calidad para sus clientes.”

6.3.5 Principios.

Ilustración 34. Principios de la empresa “PAO FASHION”



Elaborado por: La autora
Fuente: Estudio organizacional
Año: 2017

Responsabilidad:

La administración del proyecto presentará la información requerida por los organismos de control en los plazos establecidos.

Se garantizará la entrega de los pedidos a los clientes en el tiempo establecido demostrando así que la responsabilidad forma parte de la organización como un principio que permite un desarrollo ético y moral.

Efectividad:

La empresa pondrá sus esfuerzos exclusivamente en lograr los objetivos propuestos en un tiempo menor al estimado, puesto que la empresa tendrá una cultura de mejora continua.

Trabajo conjunto:

La empresa tendrá un grupo de operarios que trabajarán persiguiendo un objetivo en común para enaltecer el nombre de la empresa, donde cada uno aportará con sus conocimientos por lo que todos serán parte importante en la entidad.

Originalidad:

“PAO FASHION” presentará al mercado productos con diseños únicos, novedosos, que demuestren una cultura de pudor, pero con toques de elegancia, modernidad y originalidad, la empresa se comprometerá a vestir a las mujeres evangélicas con glamour y con una constante rotación de tendencias.

Mejora continua:

La gerencia de la organización tendrá por principio realizar constantes análisis de las actividades que se ejecuten para identificar las deficiencias sean estas en el producto, atención

al cliente, ambiente laboral o en la producción y convertirlas en aliados para mejorar de manera constante.

Equidad:

La empresa se comprometerá a contratar y a atender a las personas utilizando el principio de equidad que ofrece un trato digno para todos sin importar su género, cultura, religión o su razón social.

Compromiso en la entrega del producto y servicios de calidad:

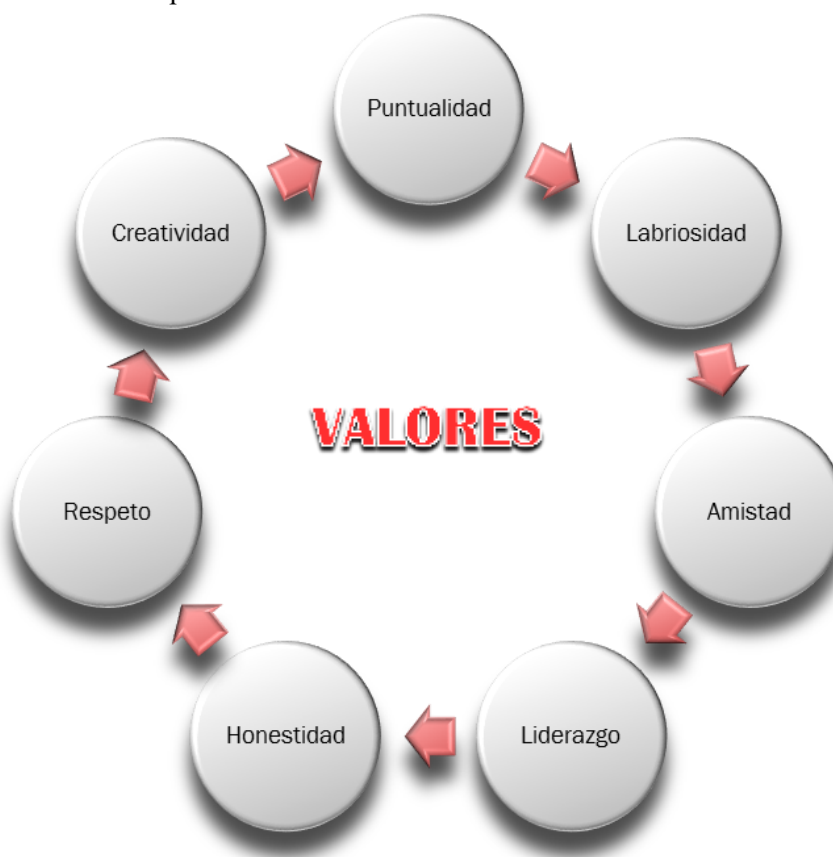
Brindar un servicio de excelencia, personalizado, entregando productos con las características exigidas por el comprador, tomando en cuenta que el cliente siempre tiene la razón.

Desarrollo y bienestar del recurso humano:

Velar por el bienestar de los trabajadores ofreciéndoles buena calidad de vida, brindarles seguridad, física, económica para que se sientan a gusto de ser parte de la empresa y desarrollen las actividades productivas correctamente.

6.3.6 Valores

Ilustración 35. Valores de la empresa “PAO FASHION”



Elaborado por: La autora
Fuente: Estudio organizacional
Año: 2017

Creatividad:

Los operarios de la empresa deberán mostrar cualidades de aptitud y creatividad para elaborar las actividades productivas, comerciales y administrativas en la organización.

Respeto:

Se presentará una conducta que considere un justo valor para con nuestros semejantes respetando los derechos de todo ser humano.

Puntualidad:

Para desarrollar las actividades de manera ordenada y rápida todos quienes forman parte de la empresa se presentarán a la hora acordada.

Liderazgo:

La empresa contará con profesionales críticos con habilidades para influir en el modo de proceder de las personas, quienes guiarán al éxito de la entidad.

Honestidad:

Virtud que el personal debe poseer, la honestidad se ve reflejada en la transparencia y la clara orientación moral que le da a la entidad un ambiente armónico y confiable.

Amistad:

La amistad valor importante donde los empleados deben gozar de libertad para relacionarse, amabilidad para con el cliente y entre compañeros de trabajo para así mantener una armonía de confraternidad y cooperación recíproca en la organización.

Laboriosidad:

Tomar al trabajo como una poderosa fuerza transformadora para mantener los estándares de calidad y excelencia en la empresa.

6.3.7 Políticas empresariales.

Las políticas son directrices, parámetros y estándares que deben ser divulgados a todas las personas cuyo fin sea realizar cualquier actividad en la entidad, así se ha dividido en cuatro grupos de usuarios:

6.3.7.1 Políticas para los clientes.

- ✓ El cliente tendrá opción de realizar sus compras con el sistema de reservas con mínimo el 10% del valor de la prenda y deberá cancelar la totalidad de la prenda hasta quince días posteriores a la fecha de reserva.
- ✓ Una vez vendido el producto no se aceptan devoluciones.
- ✓ Todos los clientes tienen derecho a un servicio adicional que permite al consumidor adecuar la prenda que compró, sin embargo en el caso de acceder a este servicio no se aceptarán cambios.
- ✓ Los pedidos que se realicen por catálogo se entregarán en un plazo de cinco días posteriores a la fecha de emisión.
- ✓ En los pedidos de modalidad bajo catálogo, para garantizar la adquisición de prendas de vestir el cliente deberá pagar la mitad del valor de pedido.
- ✓ La empresa se compromete a ofrecer prendas de calidad

6.3.7.2 Políticas para los proveedores.

- ✓ Según el acuerdo bilateral “PAO FASHION” cancelará la mitad del valor que se requirió de materia prima al realizar el pedido y el sobrante al ingresar el material a bodega.
- ✓ La calidad del producto seleccionado y el que se recibirá deberán ser las mismas, caso contrario se efectuará la devolución de la materia prima.
- ✓ En el caso de existir faltantes de materia prima, los proveedores no podrán sustituir el producto sin antes consultar con la empresa.
- ✓ Si el distribuidor no cumple con los acuerdos u obligaciones del contrato o ha presentado cualquier tipo de problemas con “PAO FASHION” estas serán causas suficientes para dar término al acuerdo comercial.

6.3.7.3 Políticas para la empresa.

- ✓ La empresa realizará un constante análisis de deficiencias, con la finalidad de presentar un plan estratégico que permita mejoras en el desarrollo de las actividades productivas y comerciales.
- ✓ En el caso de haber prendas de vestir en stock por más de cuatro meses, la empresa procederá a vender los productos con promociones.
- ✓ Ofrecer a los trabajadores comodidad y seguridad suministrando de todo el material necesario y los equipos de protección pertinentes para el desarrollo de las actividades productivas.
- ✓ Se realizarán actividades de remediación de impacto ecológico manteniendo el nivel de reciclaje y reutilización de materiales sobrantes.
- ✓ Para contratar al personal la empresa realizará pruebas de conocimiento y cumplimiento con las características exigidas por la empresa.

6.3.7.4 Políticas para los trabajadores.

- ✓ Los trabajadores tendrán la obligación de llegar puntuales a la empresa respetando los horarios desde las 7:30 hasta las 12: 30 am y de 14:00 hasta 17:00 pm de lunes a viernes.
- ✓ En el caso de enfermedad el trabajador deberá remitir una solicitud de justificación y para integrarse a las actividades laborales normalmente, adjuntará el certificado médico correspondiente.
- ✓ Los empleados deberán sujetarse a las disposiciones recibidas por sus superiores y verificar las órdenes de pedido para iniciar la producción.
- ✓ Los operarias deben producir con buena calidad caso contrario tendrán que volver a confeccionar las prendas de vestir.

- ✓ Los empleados encargados de ventas estarán sujetos a control constante y serán evaluados por los clientes.
- ✓ Se premiará al mejor empleado del mes haciéndole un homenaje público

6.4 Estructura administrativa

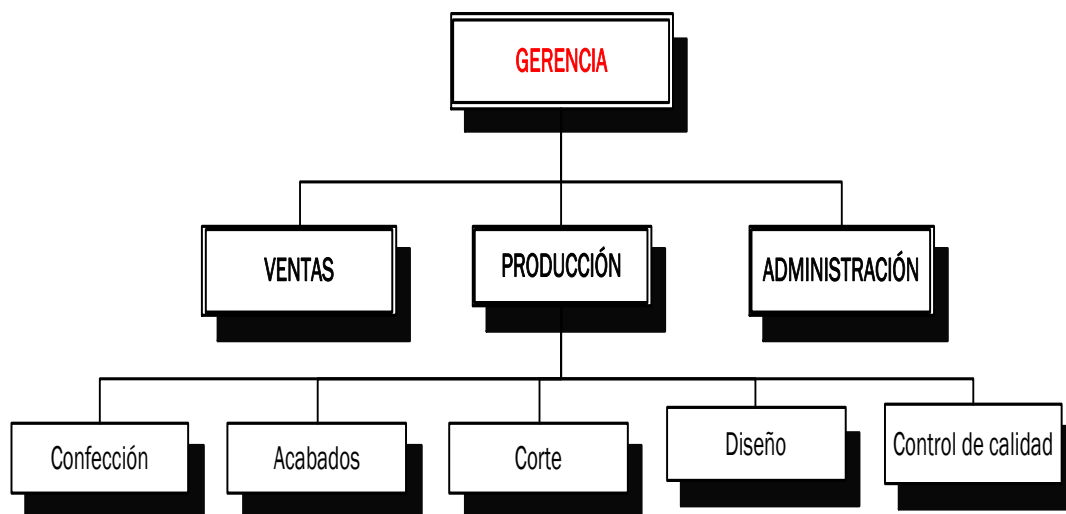
La estructura administrativa presenta la distribución de los departamentos administrativo, productivo y comercial de la organización, se puede también delimitar niveles jerárquicos y responsabilidades.

6.4.1 Organigrama estructural.

El término organigrama hace referencia a un conjunto de gráficos que denominan las cadenas de mando, relaciones del personal y la responsabilidad de cada funcionario en la organización.

Un organigrama es una forma gráfica, que permite transmitir información de manera rápida, concreta y entendible, se llama estructural porque muestra la estructura organizativa de la empresa.

Ilustración 36. Organigrama Estructural

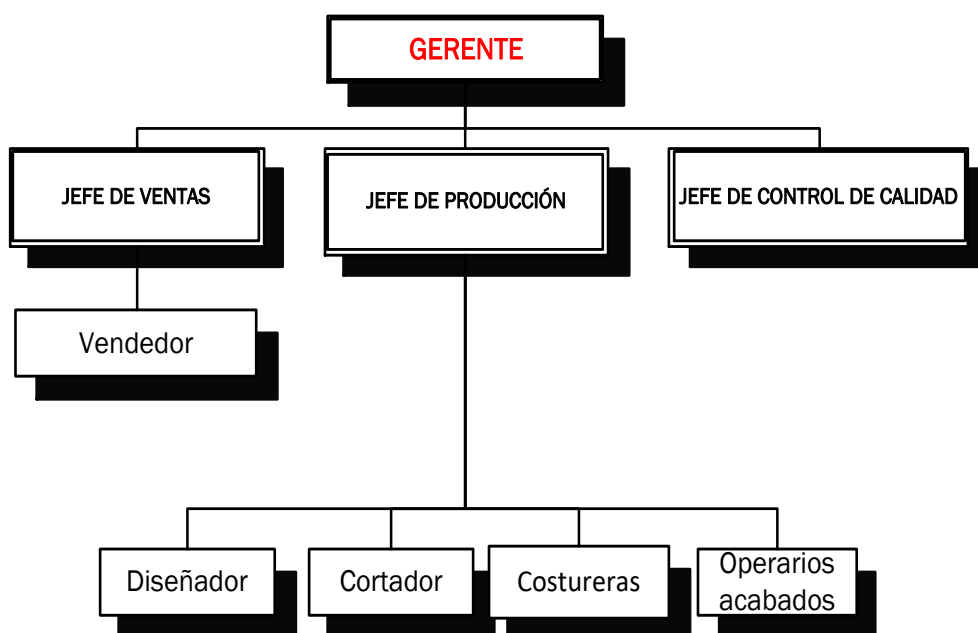


Elaborado por: La autora
 Fuente: Estudio organizacional
 Año: 2017

6.4.2 Organigrama funcional.

Es una representación visual de las líneas de autoridad y las funciones encargadas a las personas que las dirigen.

Ilustración 37. Organigrama funcional



Elaborado por: La autora
 Fuente: Estudio organizacional
 Año: 2017

6.5 Niveles administrativos

Ilustración 38. Niveles Jerárquicos en la organización



Elaborado por: La autora
Fuente: Estudio organizacional
Año: 2017

Nivel directivo.

El nivel directivo es el más alto mando de la empresa, está conformado por el gerente quien tiene absoluta responsabilidad sobre todos los operarios, toma decisiones acerca de las actividades productivas y comerciales en la organización quien tome esta responsabilidad deberá ser independiente.

Nivel administrativo.

El nivel administrativo hace referencia al segundo nivel de autoridad de la empresa; tiene por componentes a los directores de los departamentos como:

- ✓ **Jefe de producción.** Está a cargo de dirigir al personal que se encarga de manipular la materia prima y transformarla en prendas de vestir, estos jefes reciben órdenes de superiores y debe estar atentos ante las posibles deficiencias que puedan producirse, puesto que para el gerente será guía para la toma de decisiones.
- ✓ **Jefe de control de calidad.** Este se asegurará de la excelencia y calidad del producto
- ✓ **Jefe de ventas.** Establecerá estrategias para captar clientes y lograr su fidelidad.

Nivel operativo.

El nivel operativo hace referencia a los operarios que producen y permiten a la empresa obtener el producto para la comercialización, reciben órdenes de sus superiores, sin embargo los altos mandos estarán obligados escuchar sugerencias de este nivel.


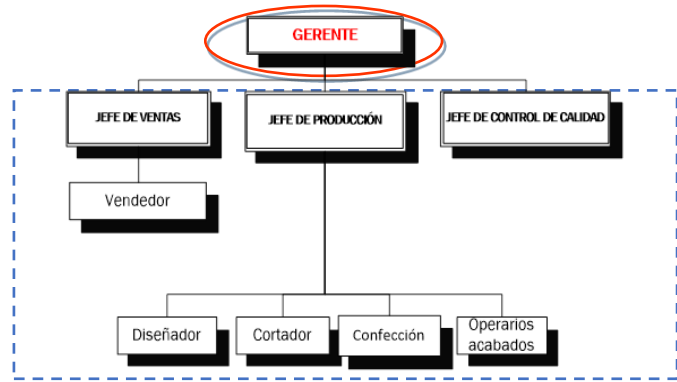
Todo el personal de la empresa conforma una familia y todos los miembros que la integra son parte importante de la empresa por lo que se debe tomar en cuenta los principios y valores para establecer buenas relaciones laborales y un ambiente agradable.

6.6 Manual de Funciones y competencias del personal

Para establecer correctamente las actividades del personal que la organización requiere se constituirá un manual de funciones para cada integrante:

6.6.1 Manual de funciones gerencia.

Tabla 173. Manual del gerente

| | |
|--|--|
|  | Identificación del cargo: Gerente |
| | Jefe inmediato: Ninguno |
| | Número de personas a cargo: 10 |
| | Objetivo: Es el encargado de administrar, representar y coordinar los recursos de la empresa, correctamente. Será quien tome las decisiones que permitan mejorar el desarrollo económico social de la organización. |
| | Reporta a: Propietarios Supervisa a: jefes departamentales y contador. |
| Descripción de puestos: Persona que realizará las actividades de toma de decisiones en inversión, participará en las acciones financieras de la empresa, planeará, organizará dirigirá y controlará las actividades productivas y comerciales. Representará civil y administrativamente a la empresa. | |
| Oficio: Gerenciar las actividades administrativas, de producción y de ventas. | |
| Perfil: <ul style="list-style-type: none"> ❖ Título de administrador o contador público autorizado. ❖ Tener conocimientos sólidos acerca de la actual tecnología. ❖ Tener conocimientos actualizados de leyes ❖ Experiencia mínima de un año en actividades administrativa o afines. ❖ Deberá ser un profesional analítico, crítico, líder, capaz de dirigir a un grupo grande de personas, con valores éticos. | |
| Funciones: <ul style="list-style-type: none"> ❖ Será el representante y responsable legal de la organización. ❖ Presentará los resultados y analizará los estados financieros. ❖ Establecerá normas y políticas para la empresa. ❖ Manejará los datos financieros y contables de la empresa. ❖ Coordinará y controlará las actividades productivas y comerciales. ❖ Deberá elaborar planes estratégicos, establecer planes de mejora. ❖ Aprobar cualquier tipo de trámite, administrar el personal de la organización. | |
| Organigrama.  <pre> graph TD GERENTE[GERENTE] --- JEFE_VENTAS[JEFE DE VENTAS] GERENTE --- JEFE_PRODUCCION[JEFE DE PRODUCCIÓN] GERENTE --- JEFE_CONTROL[JEFE DE CONTROL DE CALIDAD] JEFE_VENTAS --- Vendedor[Vendedor] JEFE_PRODUCCION --- Diseñador[Diseñador] JEFE_PRODUCCION --- Cortador[Cortador] JEFE_PRODUCCION --- Confección[Confección] JEFE_PRODUCCION --- Operarios[Operarios acabados] </pre> | |


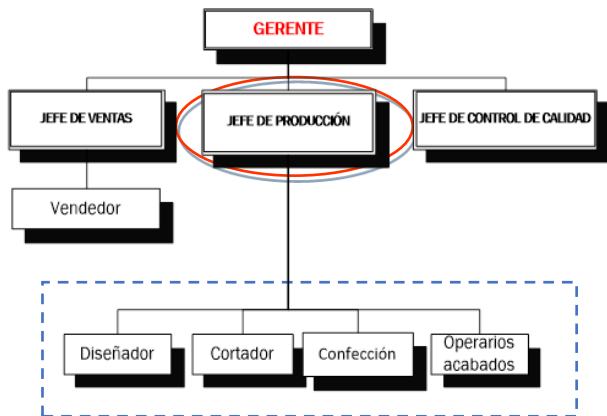
Elaborado por: La autora

Fuente: Estudio organizacional

Año: 2017


6.6.2 Manual de funciones producción.

Tabla 174. Manual de funciones jefe de producción

| | |
|---|---|
|  | Identificación del cargo: Jefe de producción |
| | Jefe inmediato: Gerente |
| | Número de personas a cargo: 7 |
| | Objetivo: El jefe de producción es el coordinador de las actividades productivas que permite un buen desarrollo y la obtención de productos de excelente calidad, aportando seguridad en la empresa. |
| | Reporta a: Gerente Supervisa a: El diseñador, cortador, costureras y operarios de terminado |
| Descripción del puesto: Persona cuyo fin es garantizar la correcta ejecución de las actividades de producción, será responsable de los efectos positivos o negativos, garantizando las entregas a tiempo y con la calidad deseada. | |
| Oficio: Está encargado de supervisar dirigir y controlar la producción. | |
| Perfil: <ul style="list-style-type: none"> ❖ Título en diseño, corte y confección. ❖ Experiencia mínima de 5 años dirigiendo grupos de trabajo. ❖ Conocimientos acerca de moda y tendencias. ❖ Dominio en el conocimiento de los tipos de materia prima. ❖ Facilidad para el manejo de recursos tecnológicos. ❖ Cualidades: líder práctico. Honesto y objetivo. | |
| Funciones: <ul style="list-style-type: none"> ❖ Administrar las actividades de producción. ❖ Dar capacitaciones al personal de producción ❖ Conceder permisos a los empleados del área por la cual responderá ❖ Entregar los pedidos en los tiempos establecidos. ❖ Velar por el bienestar de las personas que conforman su equipo de trabajo ❖ Fomentar la unión el compañerismo del equipo de trabajo. | |
| Organigrama.  <pre> graph TD GERENTE[GERENTE] --- JEFE_VENTAS[JEFE DE VENTAS] GERENTE --- JEFE_PROD[JEFE DE PRODUCCIÓN] GERENTE --- JEFE_QUAL[JEFE DE CONTROL DE CALIDAD] JEFE_VENTAS --- Vendedor[Vendedor] JEFE_PROD --- subgraph " " Diseñador[Diseñador] Cortador[Cortador] Confección[Confección] Operarios_acabados[Operarios acabados] end </pre> | |

Elaborado por: La autora
Fuente: Estudio organizacional
Año: 2017

Tabla 175. Manual de funciones operarios de producción

| | |
|---|---|
|  | Identificación del cargo: Operarios de producción |
| | Jefe inmediato: Jefe de producción |
| | Número de personas a cargo: Ninguna |
| | Objetivo: Están directamente relacionados con el producto se encargan de Transformar la materia prima en un producto elaborado, tomando en cuenta las características deseadas por el cliente. |
| | Reporta a: Jefe de producción y jefe de control de calidad. Supervisa a: Ninguna persona. |
| Descripción del puesto: El equipo de trabajo se dedicará a producir según las actividades asignadas existirán cortadores, confeccionadores y obreros para realizar en empaque y terminados. | |
| Oficio: Están encargados de transformar la materia prima en productos elaborados. | |
| Perfil: <ul style="list-style-type: none"> ❖ Títulos en el área de corte y confección ❖ Capacidades: análisis, seguridad, rapidez. ❖ Experiencia de mínimo 5 años. ❖ Capacidad de manejo de la maquinaria. ❖ Preparación para trabajar bajo presión. | |
| Funciones: <ul style="list-style-type: none"> ❖ Responsabilizarse de la materia prima y demás accesorios entregados para el proceso de fabricación. ❖ Cumplir con normas de calidad establecidas por la organización. ❖ Cumplir con los planes de producción en los tiempos establecidos. | |

Organigrama

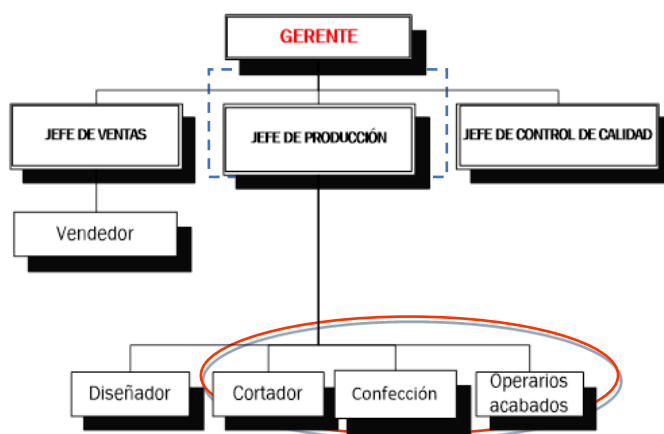

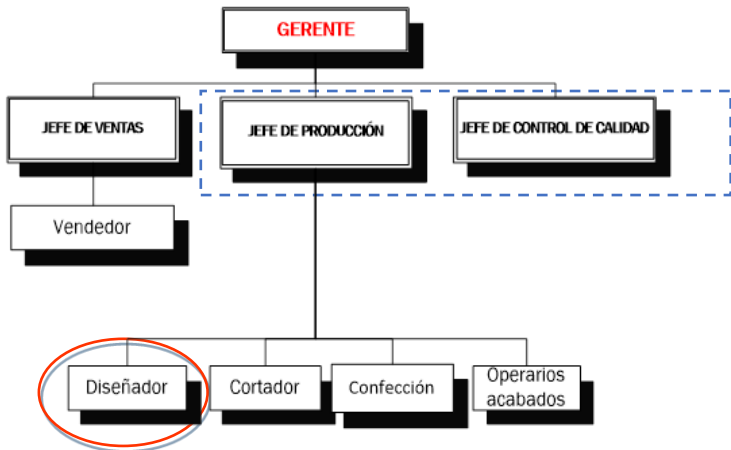



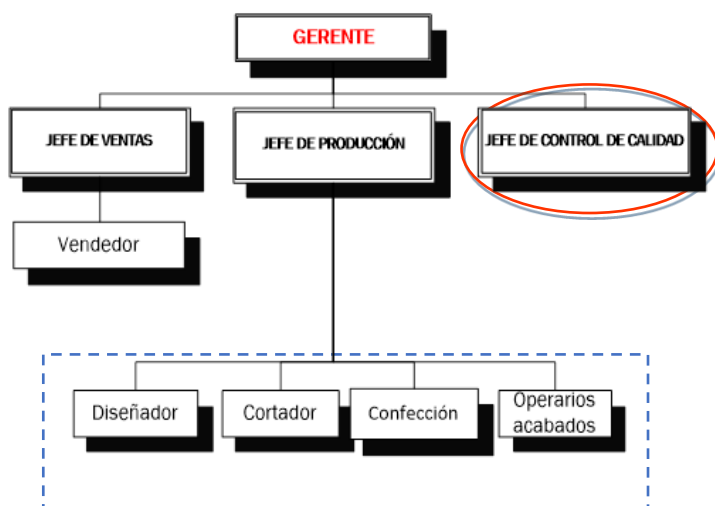
Tabla 176. Manual de funciones del diseñador

| | |
|--|--|
|  | Identificación del cargo: Diseñador |
| | Jefe inmediato: Jefe de producción |
| | Número de personas a cargo: Ninguna |
| | Objetivo: el fin de contratación de este tipo de personal es la empresa es incorporar la innovación y creación de diseños diferentes exclusivos que rompan la monotonía y que llamen la atención. |
| | Reporta a: Jefe de producción. Supervisa a: Ninguna persona. |
| Descripción del puesto: Persona con la responsabilidad de desarrollar creaciones nuevas sin dejar de lado las características básicas que requieren los clientes en las prendas de vestir. | |
| Oficio: Establecer diseños innovadores y exclusivos para las prendas de vestir. | |
| Perfil: <ul style="list-style-type: none"> ❖ Título universitario en diseño y modas, ❖ Poseer altos conocimientos en la rama de corte y confección. ❖ Experiencia de al menos de 2 años ❖ Dominio en el manejo de recursos tecnológicos | |
| Funciones: <ul style="list-style-type: none"> ❖ Trazar los patrones que conforman las piezas de las prendas. ❖ Supervisar el correcto uso de los telares. ❖ Elaborar el cálculo de los trazos y la tela antes de cortar. ❖ Esmerarse por la búsqueda constante de nuevos modelos a fin de ganar clientes satisfechos. ❖ Asesorar a las costureras en el desarrollo de las prendas de vestir. ❖ Verificar que los materiales cumplan con las especificaciones de calidad y cantidad. | |
| Organigrama.  <pre> graph TD GERENTE[GERENTE] --> JEFE_VENTAS[JEFE DE VENTAS] GERENTE --> JEFE_PROD[JEFE DE PRODUCCIÓN] GERENTE --> JEFE_QUAL[JEFE DE CONTROL DE CALIDAD] JEFE_VENTAS --> Vendedor[Vendedor] JEFE_PROD --> Diseñador[Diseñador] JEFE_PROD --> Cortador[Cortador] JEFE_PROD --> Confección[Confección] JEFE_PROD --> Operarios_acabados[Operarios acabados] JEFE_QUAL --> Operarios_acabados </pre> | |

Elaborado por: La autora
Fuente: Estudio organizacional
Año: 2017

6.6.3 Manual de funciones jefe de control de calidad

Tabla 177. Manual de funciones de jefe de control de calidad

| | |
|---|--|
|  | Identificación del cargo: Jefe de control de calidad. |
| | Jefe inmediato: Gerente |
| | Número de personas a cargo: Ninguna |
| | Objetivo: Mantener y mejorar la presentación, calidad y el producto del para garantizar a los consumidores un producto con excelentes característica. |
| | Reporta a: Gerente Supervisa a: Jefe De producción y el grupo de trabajo de producción |
| Descripción del puesto: Las actividades que realizará el encargado de este departamento será la revisión y gestión de calidad. | |
| Oficio: Garantizar la calidad de los productos. | |
| Perfil: <ul style="list-style-type: none"> ❖ Deberá tener conocimientos en control de calidad. ❖ Cursos en implementación de las ISO 9001 ❖ Capacidad de desarrollar sondeos para determinar las características para mejora el producto, ❖ Título en administración de calidad ❖ Conocimiento de corte y confección ❖ Experiencia mínima de 2 años | |
| Funciones: <ul style="list-style-type: none"> ❖ Revisar y controlar la calidad en las prendas de vestir. ❖ Emitir informes acerca del rendimiento de los operarios y calidad del productos ❖ Ejercer autoridad sobre los jefes departamentales. ❖ Realizar capacitaciones acerca de la calidad. ❖ Preparar planes de mejora junto con los diferentes jefes de las áreas. | |
| Organigrama.  <pre> graph TD GERENTE[GERENTE] --> JEFE_VENTAS[JEFE DE VENTAS] GERENTE --> JEFE_PROD[JEFE DE PRODUCCIÓN] GERENTE --> JEFE_QUAL[JEFE DE CONTROL DE CALIDAD] JEFE_VENTAS --> Vendedor[Vendedor] JEFE_PROD --> subgraph " " Diseñador[Diseñador] Cortador[Cortador] Confección[Confección] Operarios[Operarios acabados] end </pre> | |


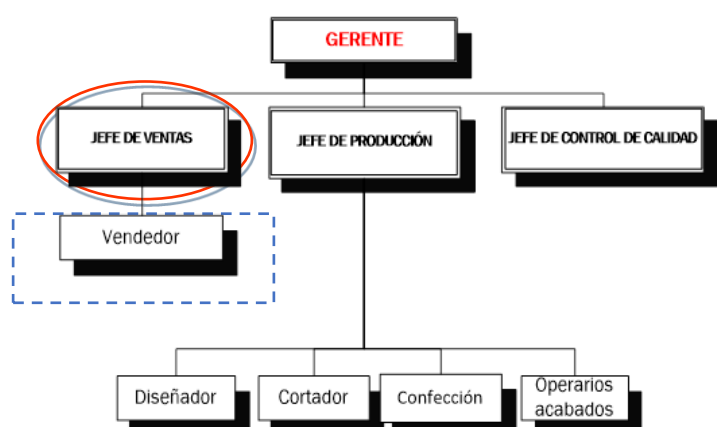
Elaborado por: La autora

Fuente: Estudio organizacional

Año: 2017

6.6.4 Manual de funciones ventas.

Tabla 178. Manual de funciones jefe de ventas


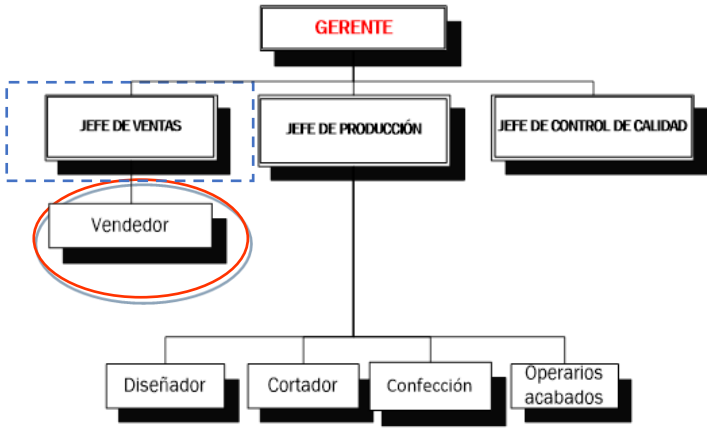
| | |
|---|--|
|  | Identificación del cargo: jefe de ventas |
| | Jefe inmediato: Gerente |
| | Número de personas a cargo: 1 |
| | Objetivo: Mantener un alto nivel en ventas, planteando estrategias, y transmitiendo conocimientos que permitan un mejor desarrollo comercial en la empresa. |
| | Reporta a: Gerente Supervisa a: Vendedores |
| Descripción del puesto: Profesional que trabajará en atención al cliente y en la capacitación de los demás empleados pertenecientes al grupo de ventas, trabajará en la elaboración de planes estratégicos. | |
| Oficio: Establecer estrategias para Incrementar la ventas y controlar al personal del departamento. | |
| Perfil: <ul style="list-style-type: none"> ❖ Ser un profesional universitario graduado en y publicidad. ❖ Cualidades: creatividad, espontaneidad, proactivo y amable ❖ Habilidad para comunicarse. ❖ Tener conocimiento de finanzas. ❖ Capacidad para manejar las nuevas tecnologías. ❖ Experiencia mínima de un año en actividades administrativas o afines. | |
| Funciones: <ul style="list-style-type: none"> ❖ Deberá analizar constantemente la situación del mercado y establecer planes estratégicos. ❖ Ejercerá autoridad sobre los demás empleados del departamento ventas. ❖ Realizará reuniones con los empleados del departamento de ventas y diseño. ❖ Atención personalizada al cliente. ❖ Elaboración de planes integrales de . ❖ Realizará planes capacitación para motivar al personal a fin de mejorar los rendimientos en el departamento de ventas. | |
| Organigrama.  <pre> graph TD GERENTE[GERENTE] --> JEV[JEFE DE VENTAS] GERENTE --> JEP[JEFE DE PRODUCCIÓN] GERENTE --> JEC[JEFE DE CONTROL DE CALIDAD] JEV --> Vendedor[Vendedor] JEP --> Diseñador[Diseñador] JEP --> Cortador[Cortador] JEP --> Confección[Confección] JEP --> Operarios[Operarios acabados] </pre> | |

Elaborado por: La autora

Fuente: Estudio organizacional

Año: 2017

Tabla 179. Manual de funciones del vendedor

| | |
|---|---|
|  | Identificación del cargo: Vendedor |
| | Jefe inmediato: Jefe de ventas |
| | Numero de personas a cargo: ninguna |
| | Objetivo: Comercializar el producto y ofrecer una atención personalizada a los clientes. |
| | Reporta a: Jefe de ventas Supervisa a: Ninguna |
| Descripción del puesto: Persona encargada exclusivamente de la atención al cliente. | |
| Oficio: Está encargado de la atención al cliente y comercialización directa del producto. | |
| Perfil: <ul style="list-style-type: none"> ❖ Ser por lo menos un bachiller ❖ Tener experiencia en ventas mínima de 1 año. ❖ Cualidades: paciencia, tolerancia, carisma y amabilidad. ❖ Tener conocimientos en el manejo de equipos tecnológicos. | |
| Funciones: <ul style="list-style-type: none"> ❖ Vender los productos fabricados por la empresa mediante un plan de ventas. ❖ Elaborar una base de datos de todos los clientes de la empresa. ❖ Coordinar los ingresos de efectivo con el contador. ❖ Contactar nuevos clientes. ❖ Sugerir medios de publicidad y promoción. ❖ Elaborar políticas de cobranza. | |
| Organigrama.  <pre> graph TD GERENTE[GERENTE] --> JEFE_VENTAS[JEFE DE VENTAS] GERENTE --> JEFE_PROD[JEFE DE PRODUCCIÓN] GERENTE --> JEFE_QUAL[JEFE DE CONTROL DE CALIDAD] JEFE_VENTAS --> Vendedor[Vendedor] JEFE_PROD --> Diseñador[Diseñador] JEFE_PROD --> Cortador[Cortador] JEFE_PROD --> Confección[Confección] JEFE_PROD --> Operarios[Operarios acabados] </pre> | |

Elaborado por: La autora

Fuente: Estudio organizacional

Año: 2017

6.7 Aspectos legales

“PAO FASHION” es una compañía de responsabilidad limitada tiene por objeto la producción y comercialización de ropa con diseños innovadores para mujeres evangélicas en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura.

- ❖ **Razón social:** Empresa productora y comercializadora de ropa “PAO FASHION”
- ❖ **Propietaria:** Paolina Gisela Flores Díaz
- ❖ **Domicilio:** Provincia Imbabura, cantón Otavalo, Ciudadela “MIRA VALLE”
- ❖ **Objetivo:** Producción y comercialización de ropa para mujeres evangélicas con estilos modernos y excelente calidad.

6.7.1 Base Legal

6.7.2 Requisitos para el Funcionamiento.

El local no podrá poner a disposición de los clientes sin antes cumplir los siguientes requisitos:

6.7.3 Patente municipal

- Formulario de solicitud y declaración de patente.
- Formulario de patente municipal.
- Certificado de no adeudar al Municipio.
- Copias de CI, nombramiento del representante legal y certificado de votación.
- Copia del RUC
- Copia de escritura de constitución.
- Copia de la declaración del impuesto a la renta.
- Copia del permiso de cuerpo de Bomberos de Otavalo

6.7.4 Permiso del cuerpo de bomberos

- Un Extintor
- Un detector de humo
- Número de emergencia ECU - 911
- Informe de inspección por parte del Cuerpo de Bomberos.
- Copia de la cédula de ciudadanía
- Papeleta de votación del representante legal.
- Copia del RUC o RISE.

6.7.5 Organismos de control

- ❖ Servicio de rentas internas.
- ❖ Ministerio de Trabajo
- ❖ Superintendencia de Compañías
- ❖ Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

CAPÍTULO VII

7. Análisis de impactos

7.1 Introducción

El análisis de impactos muestra al inversionista los posibles efectos que se darán a futuro, gracias a la implementación de la empresa, mismos que pueden ayudar detectar oportunidades y convertirlas en aliados en la empresa para la mejora continua y si los efectos son negativos permitirá establecer estrategias de remediación.

7.2 Objetivo general

Realizar un análisis de los posibles impactos, con la finalidad de determinar los posibles efectos positivos o negativos que pueden generarse en la implementación del proyecto con la finalidad de que se aprovechen las oportunidades y mitiguen los posibles efectos que pudiera generar el proyecto.

7.3 Herramientas de validación

Para conocer la participación del impacto en la empresa se utilizará una herramienta metodológica que utiliza parámetros de validación, previo a esto se establecerá por cada impacto los indicadores correspondientes luego se calificarán de acuerdo a la siguiente tabla:

Tabla 180. Métodos de validación

| CALIFICACIÓN | VALORACIÓN |
|--------------|----------------|
| -3 | Alto negativo |
| -2 | Medio negativo |
| -1 | Bajo negativo |
| 0 | Neutro |
| 1 | Bajo positivo |
| 2 | Medio positivo |
| 3 | Alto positivo |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación documental
Año: 2017

Después de calificar cada indicador se procederá a realizar la sumatoria de las calificaciones y finalmente se calculará el promedio dividiendo la sumatoria para la cantidad de indicadores, lo que arrojará los resultados que posteriormente serán interpretados.

7.4 Impacto económico

Tabla 181. Matriz de impacto económico

| # | VALORACIÓN | CALIFICACIÓN | | | | | | | TOTAL |
|----------|-------------------------------------|--------------|----|----|---|---|---|---|-------|
| | | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | |
| 1 | Ingreso de beneficios económicos | | | | | | | X | 3 |
| 2 | Contribución a la matriz productiva | | | | | | X | | 2 |
| 3 | Estabilidad económica | | | | | | X | | 2 |
| TOTAL | | | | | | | | | 7 |
| PROMEDIO | | | | | | | | | 2,33 |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Análisis de impactos
Año: 2017

Análisis.

Un impacto económico es un cambio que puede darse gracias al trabajo y esfuerzo de producción o comercialización de la empresa.

La empresa tiene un impacto económico medio positivo demostrando que existirán beneficios económicos futuros, posiblemente mejorará la economía del inversionista y de muchas personas del cantón Otavalo porque ofrece fuentes de empleo, además contribuye al desarrollo de uno de los objetivos del plan del buen vivir que anima a los ecuatorianos a seguir emprendiendo y puede aportar al cambio de la matriz productiva.

Se calificó con 3 el indicador ingreso de beneficios económicos porque naturalmente la implementación de la empresa generará ingresos para el inversionista.

Se está impulsando el desarrollo de micro emprendimientos y negocios en el cantón Otavalo, demostrando que la producción propia puede ser de calidad por lo que tiene calificación de 2.

En los últimos meses la deuda pública ecuatoriana se ha incrementado, lo que denota un alto riesgo, sin embargo al poner en funcionamiento la empresa, muchos recursos que salían del

país para traer mercadería extranjera, podrían dedicarse a la producción nacional, por esta razón este indicador se validará con 2.

7.5 Impacto social

Tabla 182. Matriz de impacto social

| # | VALORACIÓN | CALIFICACIÓN | | | | | | | TOTAL |
|---|---|--------------|----|----|---|---|---|---|-------|
| | | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | |
| 1 | Generación de fuentes de trabajo | | | | | | | X | 3 |
| 2 | Estabilidad laboral | | | | | | X | | 2 |
| 3 | Accesibilidad de prendas para mujeres evangélicas | | | | | | | X | 3 |
| | TOTAL | | | | | | | | 9 |
| | PROMEDIO | | | | | | | | 3 |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Análisis de impactos
Año: 2017

Análisis.

El impacto social es aquel que produce efectos para la población sea positiva o negativamente, está directamente relacionada con la percepción y el ambiente externo a la empresa.

El impacto social es alto positivo ya que dará beneficios para la comunidad ofreciendo trabajo, brindando estabilidad laboral y satisfacción de necesidades en segmentos de mercado no atendidos; como las mujeres evangélicas.

La empresa tendrá impacto en las personas, generará fuentes de empleo y se le ha calificado alto positivo porque actualmente existe mano de obra artesana cerca a la ubicación de la empresa.

Ofrecerá a los empleados de planta estabilidad laboral, siempre que muestren responsabilidad con sus obligaciones laborales, por esta razón se ha calificado con un nivel medio.

El segmento de mercado al cual se ha dedicado la creación de la organización podrá obtener productos, de excelente calidad y buen aspecto por lo que se le ha asignado una valoración alta positiva.

7.6 Impacto empresarial

Tabla 183. Matriz de impacto empresarial

| # | VALORACIÓN | CALIFICACIÓN | | | | | | | TOTAL |
|----------|----------------------------------|--------------|----|----|---|---|---|---|-------|
| | | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | |
| 1 | Desarrollo del sector productivo | | | | | | | X | 3 |
| 2 | Innovación | | | | | | | X | 3 |
| 3 | Calidad | | | | | | | X | 3 |
| 4 | Motivación empresarial | | | | | | | X | 3 |
| TOTAL | | | | | | | | | 12 |
| PROMEDIO | | | | | | | | | 3 |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Análisis de impactos
Año: 2017

Análisis.

La implementación de la organización causará un impacto empresarial alto positivo porque impulsará al progreso productivo, transmitiendo la necesidad de crecer y mejorar la calidad de vida de la población, innovación porque la empresa presentará diseños juveniles nuevos con materiales durables, todo esto motivará a muchos emprendedores a luchar por sus sueños.

La innovación será un aliado para captar más clientes, es un impacto grande en la población ya que la empresa estará en constante mejora.

Tener características que hablen bien del producto es parte importante en el desarrollo económico, productivo en las empresas, calidad es sinónimo de confianza, por lo que se asigna un nivel alto positivo ya que la empresa garantiza esa característica a la población.

7.7 Impacto ambiental

Tabla 184. Matriz de impacto ambiental

| # | VALORACIÓN | CALIFICACIÓN | | | | | | | TOTAL |
|----------|--------------------------------|--------------|----|----|---|---|---|---|--------|
| | | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | |
| 1 | Contaminación auditiva | | | X | | | | | -1 |
| 2 | Contaminación del aire | | | X | | | | | -1 |
| 3 | Generación de residuos | | | X | | | | | -1 |
| 4 | Manejo de desechos | | | X | | | | | -1 |
| 5 | Utilización de fundas | | X | | | | | | -2 |
| 6 | Uso de químicos de sello verde | | | X | | | | | -1 |
| TOTAL | | | | | | | | | -7 |
| PROMEDIO | | | | | | | | | -1.167 |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Análisis de impactos
Año: 2017

Análisis.

Un impacto ambiental es el efecto de una acción humana sobre el medio ambiente, a raíz del desarrollo de cualquier actividad productiva.

La empresa “PAO FASHION” al producir en cierta forma causará daños al medio ambiente puesto que se generarán residuos y consumirá papel, fundas, plástico, además se prevé contaminación auditiva y aparición de pelusas, sin embargo para cada posible daño la empresa presentará estrategias de mitigación de los riesgos, tales como el uso de equipos de protección personal garantizando la seguridad de los operarios y remediación por estas razones la empresa considera que el impacto es bajo negativo.

Para los empaques y transporte del producto se utilizará cartón, papel y fundas, esto tiene un impacto medio negativo ya que se intentará en lo posible utilizar material biodegradable.

Los residuos podrían generar efectos negativos; sin embargo estos pueden convertirse en una fuente de ingresos, utilizándolos para la elaboración de ropa para mascotas, muñecas, flores, rosas, lazos, adornos para el cabello e inclusive guaipe.

7.8 Análisis general

Tabla 185. Resumen de impactos

| # | VALORACIÓN | CALIFICACIÓN | | | | | | | TOTAL |
|----------|---------------------|--------------|----|----|---|---|---|---|--------|
| | | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | |
| 1 | IMPACTOS ECONÓMICO | | | | | | X | | 2 |
| 2 | IMPACTO SOCIAL | | | | | | | X | 3 |
| 3 | IMPACTO EMPRESARIAL | | | | | | | X | 3 |
| 4 | IMPACTO AMBIENTAL | | X | | | | | | -1.167 |
| TOTAL | | | | | | | | | 6.833 |
| PROMEDIO | | | | | | | | | 1.708 |

Elaborado por: La Autora
Fuente: Análisis de impactos
Año: 2017

Análisis.

Como resultado del análisis se obtuvo que la implementación de la empresa “PAO FASHION” generará un impacto medio positivo, esto quiere decir que la organización traerá beneficios económicos para el inversionista y los trabajadores, mostrará aportes en el desarrollo empresarial, motivará a las personas a generar plazas de trabajo; en lo respectivo a impactos ambientales se realizará remediación.

CONCLUSIONES

En base al “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de ropa para evangélicas en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura”.

Se puede concluir lo siguiente:

- ❖ Se evidenció la inexistencia de empresas que cubran las necesidades de las mujeres evangélicas; cabe destacar que el análisis elaborado a través de instrumentos de investigación diagnóstica confirmaron tener una oportunidad de negocio.
- ❖ Se pudo obtener conocimiento y establecer bases teóricas y científicas que permitieron garantizar la confiabilidad de la información cualitativa y cuantitativa.
- ❖ Como resultado de la elaboración de estudio de mercado, se pudo determinar que existe una demanda insatisfecha; la fuerza competitiva actual que ejerce mayor influencia en el segmento de mercado son las modistas, además se fijaron los precios de acuerdo al valor razonable y se pudo conocer el producto estrella, las características específicas de las prendas de vestir y establecer las estrategias de comercialización y promoción.
- ❖ Después de la elaboración del estudio técnico, se establecieron los recursos básicos necesarios para la constitución de la organización, entre ellos la mano de obra directa e indirecta, la maquinaria, muebles y enseres, suministros, también a través de diagramas se presentó el proceso de producción y comercialización.
- ❖ El estudio financiero permitirá al inversionista tomar una decisión, después de haber calculado un conjunto de indicadores quedó demostrada la factibilidad en la implementación del proyecto en la provincia de Imbabura, cantón Otavalo.
- ❖ Gracias a la elaboración del estudio organizacional, la empresa pudo establecer la misión, visión, políticas, principios, valores, estructura administrativa y manual de

funciones que permitirá un desarrollo ordenado en las actividades comerciales y productivas.

- ❖ Como consecuencia de la elaboración del estudio de impactos se pudo determinar que “PAO FASHION” generará cambios en el ámbito empresarial, económico, social y ambiental por lo cual se ha determinado un impacto medio positivo demostrando que la implementación de la empresa es recomendable al inversionista.

RECOMENDACIONES

- ❖ Se invita al emprendedor, aprovechar la oportunidad de negocio y utilizar los beneficios que brinda el ambiente tecnológico, destacando la necesidad de cubrir mercados insatisfechos, generando beneficios económicos para el inversionista.
- ❖ Se recomienda la observancia de toda la información propuesta en el marco teórico, para que se ejecuten las actividades productivas y comerciales de la empresa correctamente.
- ❖ El inversionista debe realizar un constante análisis al cliente y así conocer sus necesidades, gustos y preferencias además, deberá presentar ideas originales e innovadoras que permitan una mejora continua tanto en el servicio al cliente ,como en la elaboración del producto.
- ❖ Se sugiere al inversionista la ejecución del proyecto puesto que al final del estudio financiero quedó demostrada su factibilidad.
- ❖ El inversionista debe tomar en cuenta la propuesta organizacional establecida para la empresa, la misma que ayudará al correcto funcionamiento y coordinación entre los diferentes niveles del personal.
- ❖ Se sugiere al inversionista establecer planes de remediación puesto que la empresa generará impacto ambiental que afecta directamente al ecosistema.

BIBLIOGRAFÍA

ACERO, L. C. (2012). ESTRATEGIAS DE CREACIÓN EMPRESARIAL. ALFA&OMEGA.

ALBERTO, S. C. (2014). INTRODUCCION A LA MERCADOTECNIA . MEXICO: PATRIA.

BELMONTE, A. B. (2013). ESTUDIO DE MERCADO Y PLAN DE NEGOCIOS DE LA MICROEMPRESA.

CHAIN, N. S. (2011). PROYECTOS DE INVERSIÓN FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN

CIALLELLA, C. E. (2016). INTRODUCCION AL : PARA EMPRENDEDORES, EMPRESARIOS TRABAJADORES Y ENTUDIANTES. BUENOS AIRES: PROQUEST EBRARY.

DOMINGUEZ, F. G., & JUAN, D. V. (2015). FUNDAMENTOS DE ECONOMIA DE LA EMPRESA. EDICIONES PIRAMIDE.

FRANCISCO, G. D. (2015). FUNDAMENTOS DE ECONOMIA DE LA EMPRESA. LAROUSE-EDICIONES PIRAMIDE.

GARDEN, J. P. (2012). DEFINICION.DE. Obtenido de <http://definicion.de/industria/>).

GARDEY, J. P. (2008). DEFINICIÓN.DE. Obtenido de <http://definicion.de/proceso-de-produccion/>

GARDEY, J. P. (2013). DEFINICIÓN.DE. Obtenido de <http://definicion.de/tendencia/#ixzz4Od45YZsO>

GARY AMNSTROMG, P. K. (2013). FUNDAMENTOS DE .

GOITIA, I. B. (2012). EMPRESAS FAMILIARES DINAMICA EQUILIBRIO Y CONSOLIDACIÓN.

GONZALES, D. &. (2015). FUNDAMENTOS DE LA ECONOMIA. LAOURSE; EDICIONES PIRAMIDE.

HOYO APARICIO, A. (2014). EL PRECIO DE MERCADO: EJEMPLOS DE APLICACIÓN EN EL ANALISIS HISTORICO DE MERCADO. SANTANDER: CANTAMBRIA.

J. NICOLAS MARTIN, E. L. (2014). EVALUACION DE INVERSIONES ESTRATEGICAS POR: J. NICOLAS MARTIN, EDUARDO LUIS MONTIEL, NIELS KETELHOHN. BOGOTA , BUENOS AIRES: EDICIONES DE LA U.

JULIO, S. L. (2013). GESTIÓN . Obtenido de <http://gestion.pe/tendencias/normas-internacionales-informacion-financiera-niff-2080149>

LIRA, S. J. (2013). GESTIÓN .

LLORCA PONCE ALICIA, F. D. (2016). ECONOMIA Y GESTION PARA ARQUITECTOS. VALENCIA: UNIVERSIDA POLITECNICA DE VALENCIA.

MERINO, J. P. (2013). DEFINICIÓN.DE. Obtenido de <http://definicion.de/moda/>

MERINO, P. P. (2014). DEFINICIÓN.DE. Obtenido de <http://definicion.de/proveedor/#ixzz4OdmBZCH9>

MORALES, L. R. (2011). ANALISIS DE ESTADOS FINANCIEROS.

MORALES, L. R. (s.f.). ANALISIS DE ESTADOS FINANCIEROS.

OLSON, C. M. (2016). CONTABILIDAD FINANCIERA PARA CONTADORIA Y ADMINISTRACIÓN. BARRANQUILLA-COLOMBIA: PROQUEST EBRARY.

PADILLA, M. C. (2014). FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS .
BOGOTA: LITOPERLA.

PARRA, M. E. (2013). EL BUZÓN DE PACIOLI . Obtenido de
<http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>

PARRA, M. E. (2013). IMPORTANCIA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE
PARA EL FUNCIONAMIENTO DE EMPRESAS. Obtenido de
<http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>

REYES, P. M. (2014). FINANZAS CORPORATIVAS Y VALORACIÓN DE EMPRESAS.
BUENA SEMILLA.

VASQUEZ, L. (2014). SCRIBD. Obtenido de
<https://www.scribd.com/doc/63155301/Demanda-Insatisfecha>

Wanden Berghe Lozano, J. L. (2012). CONTABILIDAD FINANCIERA II. MADRID:
Larousse - Ediciones Pirámide.

ZAPATA, S. P. (2015). HERRAMIENTAS PARA LA TOMA DE DECISIONES (Vol. 2).
ALFA&OMEGA.

ANEXOS

Anexo 1: ENTREVISTAS.**ENTREVISTAS A LAS OFERTANTES****BOUTIQUE****NOMBRE:****UBICACIÓN:****1. Por qué ubico su local comercial en esta dirección?**

.....

.....

2. Actualmente las ventas están en un nivel?

.....

.....

3. Que tipos de productos ofrece?

.....

.....

4. Que es lo que hace que sus clientes le sean fiel?

.....

.....

5. Que tan influyente es la competencia y como le afecta?

.....

.....

6. Que estrategias fija usted para atraer más clientela?

.....

.....

7. Cuáles son sus horarios de trabajo?

.....

.....

8. Que descuentos les ofrece a sus clientes?

.....

.....

.....

.....

9. Cuale son los medios de pago que usted acepta?

.....

.....

10. De acuerdo a que aspectos usted establece sus precios?

.....

.....

11. Ofrece algún producto adicional a sus clientes?

.....

.....

.....

12. Cuanto vende semanal en:

❖ FALDAS:

❖ BLUSAS :

❖ VESTIDOS :

❖ CHAQUETAS:

Anexo 2: FORMATO DE LAS ECUESTAS ELABORADAS A LAS POSIBLES CLIENTES



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE ENCUESTA. DIRIGIDA A LAS MUJERES EVANGELICAS DE LA IGLESIA EVANGELICA DE OTAVALO.

DATOS INFORMATIVOS:

Edad:

- a. Entre 10 y 20 b. Entre 21 y 30 c. Entre 31 y 40 d. Más de 40

Su Nivel de ingresos esta entre:

- a. Menos de 370 \$ b. Entre 371 y 400 c. Entre 401 y 500 d. Más de 500

Marque las respuestas con un visto o una circunferencia.

1. Con qué frecuencia compra usted prendas de vestir?

- a. Mensual
b. Bimestral
c. Trimestral
d. Anual

2. Cuando compra usted sus prendas de vestir cuantas compra?

- a. Una
b. 1 o Más
c. 5 o Más
d. Otras CUALES.....

3. En qué lugares realiza sus compras de prendas de vestir?

- a. En el centro comercial
b. En boutique
c. En el mercado
d. Por catálogo
e. Otros CUALES.....

4. Cuando compra prendas de vestir como realiza usted sus pagos?

- a. A Crédito
- b. En efectivo
- c. Cheque
- d. Otros CUALES.....

5. Las prendas de vestir actualmente tienen precios:

- a. Costosos
- b. Cómodos
- c. Regular

6. Qué tipo de ropa compra, cuál de las siguientes prendas cubre sus expectativas?

- a. Faldas
- b. Blusas
- c. Vestidos
- d. Chaquetas
- d. Otros CUALES.....

7. Cuando quiere adquirir prendas de vestir que es lo más importante?

- a. Diseños
- b. Calidad
- c. Color
- d. Precio
- e. Todos los anteriores
- d. Otros.....

8. Qué precio estaría dispuesto a pagar por la adquisición de prendas de vestir?

- a. FALDAS DESDE 20 HASTA \$ 28 (.....) ENTRE \$28 A 35 (.....) MÁS DE \$35(.....)
- b. BLUSA DESDE 12 HASTA \$ 15 (.....) ENTRE \$16 A 25 (.....) MÁS DE \$25(.....)
- c. VESTIDOS DESDE 25 HASTA \$ 30 (.....) ENTRE \$30 A 45 (.....) MÁS DE \$50(.....)
- d. CHAQUETAS DESDE 30 HASTA \$ 35 (.....) ENTRE \$40 A 50 (.....) MÁS DE \$50(.....)

9. Qué tipo de material prefiere usted al momento de adquirir prendas de vestir?

| PRODUCTO | Seda | Jean | Algodón | viscosa | Casimira | Crepe | Gabardina | Tafetán |
|--------------|------|------|---------|---------|----------|-------|-----------|---------|
| a. FALDAS | | | | | | | | |
| b. BLUSA | | | | | | | | |
| c. VESTIDOS | | | | | | | | |
| d. CHAQUETAS | | | | | | | | |

10. Donde le gustaría adquirir prendas de vestir?

- a. Mercado
- b. Almacén
- c. A domicilio
- e. Centros comerciales

11. Que herramientas utiliza para informarse?

- a. Internet
- b. Radio
- c. Televisión
- d. Ninguna

12. Como le gustaría conocer de los productos que ofrecemos?

- a. Internet
- b. Catálogo
- c. Volantes
- d. Otros CUALES ?.....

Anexo 3: PROFORMAS

PROFORMA DE MÁQUINAS

PROFORMA

SRA: FLORES DIAZ PAOLINA GISELA
CI: 100401967-3
CELL: 0988048868

PRODUCTO: RECUBRIDORA KINGTEX MOTOR SERVO
MODELO: FT-7000-0-364M
PRECIO: \$1.500,00

PRODUCTO: OVERLOCK KINGTEX CON MOTOR SERVO
MODELO: UHD9004-243-M14
PRECIO: \$1.400,00

PRODUCTO: RECTA JUKI CON MOTOR SERVO
MODELO: DDL-8100e
PRECIO: \$680.00

PRODUCTO: CORTADORA VERTICAL KL DE 10"
MODELO: EC-827-10"
PRECIO: \$1.080,00

PRODUCTO: CORTADORA DE 4" TAIWANEZ
MODELO: MB-100
PRECIO: \$300.00

| | |
|--------------------------------|--------------------------------|
| PRODUCTO: AGUJA DE RECUBRIDORA | PRECIO: \$4.50 LA CAJA DE DIEZ |
| PRODUCTO: AGUJA DE OVERLOCK | PRECIO: \$3.50 LA CAJA DE DIEZ |
| PRODUCTO: AGUJA DE RECTA | PRECIO: \$2.50 LA CAJA DE DIEZ |
| PRODUCTO: ACEITE | PRECIO: \$5.00 EL LITRO |
| PRODUCTO: PLANCHA INDUSTRIAL | PRECIO: \$110.00 |
| PRODUCTO TIJERA DE 12" | PRECIO: \$29.00 |
| PRODUCTO: TIJERA DE 8" | PRECIO: \$14.00 |

NOTA: UN AÑO DE GARANTIA EN TODA LA MAQUINARIA.

ASESOR DE VENTA

BYRON GUERRERO

ALLYMAQUI
Máquinas para manos que prosperan
RUC: 1003333208001
Telfs: 0959 413399 / 0981 002136
Av Atahualpa y Jacinto Collahuazo OTAVALO

ALLYMAQUI
Máquinas para manos que prosperan

Ing. Byron Guerrero
☎ 0959413399
☎ 0981002136
✉ byron_g.7@hotmail.com

Tec. Miguel Carlosama
☎ 0979112450

★ Otavalo. Av. Atahualpa y Jacinto Collahuazo (frente a la empresa eléctrica)










ALLYMAQUI
Máquinas para manos que prosperan

► Máquinas industriales y domésticas para la confección.

► Por navidad regalos y promociones.



De **1** a **60** cabezas
















Servicio Técnico Garantizado
Hasta 2 años de garantía

🏠 Otavalo. Av. Atahualpa y Jacinto Collahuazo (frente a la empresa eléctrica).

☎ 0959413399 / 0998044917

| | | | |
|---|--|---|--|
|  | | PROFORMA RUC: 1002007944001 | |
| Vendedor: <u>Jessica Garcia</u> | | Fecha: <u>09/12/16</u> | |
| Máquina: <u>Peceta, ovalat,</u> | | Máquina: <u>Placa Industrial</u> | |
| Marca: <u>Pawbadora Jacex</u> | | Marca: <u>\$ 160.00</u> | |
| Tipo: <u>Industrial</u> | | Tipo: <u>Conector 10"</u> | |
| Modelo: <u>Hilos 22.00</u> | | Modelo: <u>\$ 725.00 Zoje</u> | |
| Serie: _____ | | Serie: _____ | |
| P.V.P. <u>2100.00 Conector</u> | | P.V.P. _____ | |
| Cuota Inicial: \$ <u>Conector 05.00</u> | | Cuota Inicial: \$ _____ | |
| Pagos: \$ <u>Conector 4"</u> | | Pagos: \$ _____ | |
| Precio total: \$ <u>139.00</u> | | Precio total: \$ _____ | |
| <p>Principal Otavalo: Av. Quito y Sucre (Frente al Cuerpo de Bomberos) ☎ 06 2 922 - 794 Sucursal Otavalo: Calle Bolívar y Abdón Calderón (Junto al teatro Bolívar) ☎ 06 2 922 - 916 Sucursal Ibarra: Sánchez y Cifuentes y Pedro Moncayo (Junto Almacén ASTRA) ☎ 06 2 611 - 614</p> | | | |
| <p>SIGUENOS EN:   0986957229</p> | | | |

| | | | |
|---|--|---|--|
|  | | PROFORMA RUC: 1002007944001 | |
| Vendedor: <u>Jessica Garcia</u> | | Fecha: <u>09/12/16</u> | |
| Máquina: <u>Tijera 9" \$ 21.00</u> | | Máquina: <u>CROZ - BECKERT</u> | |
| Marca: <u>Tijera 7" \$ 16.00</u> | | Marca: <u>Peceta \$ 2.50</u> | |
| Tipo: <u>Acerte 1/2 litro 3.00</u> | | Tipo: <u>ovalat \$ 3.50</u> | |
| Modelo: <u>1 litro \$ 5.00</u> | | Modelo: <u>Pawbadora \$ 4.50</u> | |
| Serie: <u>2 litros \$ 9.00</u> | | Serie: _____ | |
| P.V.P. <u>Galon 4 litros \$ 18.00</u> | | P.V.P. _____ | |
| Cuota Inicial: \$ _____ | | Cuota Inicial: \$ _____ | |
| Pagos: \$ _____ | | Pagos: \$ _____ | |
| Precio total: \$ _____ | | Precio total: \$ _____ | |
| <p>Principal Otavalo: Av. Quito y Sucre (Frente al Cuerpo de Bomberos) ☎ 06 2 922 - 794 Sucursal Otavalo: Calle Bolívar y Abdón Calderón (Junto al teatro Bolívar) ☎ 06 2 922 - 916 Sucursal Ibarra: Sánchez y Cifuentes y Pedro Moncayo (Junto Almacén ASTRA) ☎ 06 2 611 - 614</p> | | | |
| <p>SIGUENOS EN:   0986957229</p> | | | |

PROFORMA
RUC. 1001990579001

COSER & COSER
Lo mejor en máquinas

Vendedor: Recta \$500 Jack Fecha: Máquina Domestica Pontado
Máquina: Chino. Máquina: \$ 490.
Marca: Overlock Kingtex \$ 1408 Marca: Tipo: Hilos Chinos \$ 2.
Tipo: Rembadora Kingtex Tipo: Recta → \$ 3.
Modelo: \$ 1750 Modelo: Serie: Overlock → \$ 4.
Serie: Catadora 10" → \$ 710 Serie: Rembadora → \$ 5 } Agregar.
• Catadora Microtop. \$ 365.

P.V.P. P.V.P.
Cuota Inicial: \$ 5.223. Paga Contado Cuota Inicial: \$
Pagos: \$ Pagos: \$
Precio Total: \$ Precio Total: \$

Dirección: Bolívar S/N y Quito • Matriz: Solar 2 • Telf: 2922-798 / 0986957229 • Otavalo - Ecuador

Sra. Nancy Montilla.

COSER & COSER
Lo mejor en máquinas

JUKI JACK Kingtex
• Bordadoras Computarizadas
• Máquinas Industriales
• Repuestos
• Servicio Técnico

POR INAUGURACIÓN
Dctos. de hasta el **20%**

Además por cada compra participas en un **FABULOSO SORTEO** de **UN JUEGO DE COMEDOR**

* Aplican restricciones

COSER & COSER
Lo mejor en máquinas

JUKI JACK Kingtex
• Bordadoras Computarizadas
• Máquinas Industriales
• Repuestos
• Servicio Técnico

Calle Bolívar 1403 y Av. Quito
05 2922 798
coserprose@hotmail.com
Otavalo - Ecuador
Síguenos en

PROFORMA DE TELAS**EL BARATO**

CADERNA URBINA LIGIA ELENA
IMPORTADORA DE TELAS

Dir. COLON 410 Y ROCA
Cel. 097121222
Otavalo-Ecuador

Srita. PAOLINA FLORES
Cl.100401967-3
CEL.0988048868

PROFORMA

| PRODUCTO | VALOR POR CADA METRO DE TELA |
|----------------|---------------------------------|
| Tela algodón: | |
| Dacrón | \$2,75 estampado,\$ 2,50 normal |
| Popelina | \$5,00 |
| Tela seda: | |
| Cósmico | \$2,80 |
| Satín | \$2,30 |
| Tela Crepé | \$4,50 |
| Tela Casimira: | |
| Viscosa | \$10,00 |
| Lana | \$18,00 |
| Tela Gabardina | \$6,00 |
| Tela tafetán: | |
| Stresh | \$6,00 |
| Fijo | \$6,00 |
| Tela randa: | |
| 180g | \$3,00 |
| 220g | \$6,00 |
| Tela jean: | |
| Stresh | \$6,00 |
| Tela viscosa: | \$3,5 |

El Barato®
Importadora y Distribuidora de telas
Fernando Cadena
RUC: 1715910011001
Telfs: 2928644 / 0992 500523
Modesto Jaramillo 558 y Morales OTAVALO

PROFORMA DE MANIQUES

DISTRIBUIDORA DE TODA CLASE DE MANIQUI

LEÓN CÁSERES

Importamos todo tipo de maniquí, para zapatos, gorras, gafas, manillas, aretes, collares, de género femenino y masculino y de todo tipo de edades.

PRODUCTOS DE CALIDAD.

ENTREGAS A DOMICILIO

Dir. Guayaquil

Cel. 0994739242 / 0994742736 / 0939225115



PROFORMA

DATOS DEL CLIENTE:

SRITA PAOLINA FLORES

CI.100401967-3

TEL.0988048868

➤ BLUSEROS:

| | |
|---------------------------------|----------|
| NORMAL | 8,00 \$ |
| PROMOCIÓN 3 UNIDADES A TAN SOLO | 20,00 \$ |

➤ MANIQUÍ CUERPO COMPLETO

| | |
|-------------------------------|----------|
| CON CABEZA 2m | 180,00\$ |
| SIN CABEZA 2m | 55,00 \$ |
| CON PIERNAS CORTAS TIPO SHORT | 52,00 \$ |

➤ MANIQUÍ CUERPO MEDIO

| | |
|---|----------|
| CINTURA ABAJO PARA LICRAS FALDAS NORMAL | 32,00 \$ |
| CINTURA ABAJO PARA LICRAS FALDAS PLASTICO | 65,00 \$ |

NOTA: Todos los precios incluyen IVA

León Cáceres

PROPIETARIO
LEÓN CÁCERES

DISTRIBUIDORA DE TODA CLASE DE MANIQUI

De: León Cáceres

- Exhibidores de calzado de marca
- Exhibidores para blusas
- Exhibidores clóset
- Exhibidores brazos, formas
- Exhibidores mallas, pinchos, palmeras 4 servicios
- Exhibidores en general para adultos y niños



GUAYAQUIL

Cel.: 0994739242 · 0994742736 · 0939225115

PROFORMA DE ELECTRODOMESTICOS

www.comandato.com

Otavalo, 10 Diciembre del 2016

Sres: Paolina Gisela Flores Diaz
 CI: 1004019673
 0988048868

Presente:

La Compañía General de Comercio y Mandato S.A. "COMANDATO"
 entrega a usted la siguiente:

PROFORMA

| CANTI DAD | PRODUCTO | CARACTERISTICAS | VALOR TOTAL |
|--------------|---|---|-------------|
| 1 | PARL ACT MHC-V5 SONY | MINI COMPONENTE SONY 2 ENTRADAS DE USB CDRW ECUALIZADOR 10.000 WATTS CONTROL REMOTO | \$601.35 |
| 1 | CAFETERA LB- CM4W NEGRO LIBERA | CAFETERA 5 TAZAS COLOR NEGRO | \$ 58.49 |
| 1 | SANDUCHERA CG-120W-12 OSTER | PLANCHA SANDUCHERA CROMADA . 4 PORCIONES 3NIVELES DE CALENTAMIENTO TEFLON | \$ 97.50 |
| 1 | SET LED SMART 32LH600B+SOPO RT+FORRO | - LED SMART - 32 PULGADAS - MARACA LG WEB. OS 3.0 | \$ 648.04 |
| 1 | FRIGOBAR INDURAMA MOD RI150 | 4 PIES CC 115 LITROS SISTEMA DE FROST PUERTA NORMAL GABINETES CRISTAL VIDRIO TEMPLADO LLAVE EN LA PUERTA CAJON DE VERDURAS TRANSPARENTE | \$ 382.97 |

PRECIOS INCLUYE IVA

TOTAL

\$ 1788.36

FRANKLIN ANAGALLO
 ASESOR COMERCIAL
 0984397522 -062920251
 COMANDATO OTAVALO

Oficina principal:
 Dr. Elías Muñoz Vicuña y Av. Carlos Luis Plaza Dañín. Telf.: (593-4) 2296300
 División Transporte S.A. Telf.: (593-4) 2286561
 Servicio al Cliente: 1800 COMANDATO (266263)
 Guayaquil - Ecuador

COMANDATO
 Siempre más

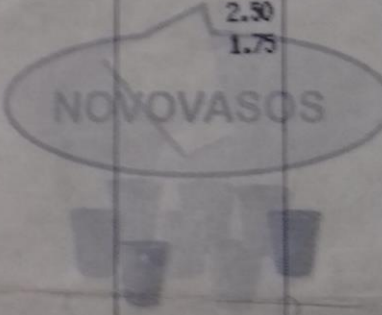

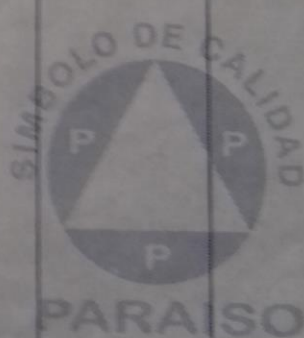
PROFORMA DE ARMADORES

00133799
OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD

PLASTI HOGAR
MALDONADO CACONGO PABLO CESAR
DOCUMENTO CATEGORIZADO NO
DIRECCIÓN: García Moreno y Modesto Jaramillo
Telf: 0998 234 283 / 062 922 847 / Otavalo-Ecuador

RUC: 1002379467001
FACTURA
Autorización SRI: 1119107635
SERIE: 001 - 001
Nº 0027361

Cliente: CONSUMIDOR FINAL
Dirección: OTAVALO
RUC: 000000000
Fecha: 16/07/16
Telf: _____
Guía Rem: _____

| CANT. | DESCRIPCIÓN | P. UNITARIO | TOTAL |
|---|--------------------------------|--|--|
| 3 | ARMADOR PLASTICO ECONOMICO X | 2.50 | 7.50 |
| 3 | ARMADOR PLASTICO FUTURA PDI XL | 1.75 | 5.25 |
|  | |  | |
|  | |  | |
| <p><small>ESTE Y VALORES INCONDIIONALMENTE EN EL CUERPO QUE SE CONVENIENCIA ORDEN DE PLASTI HOGAR DESDE LA FECHA DE SUSCRIPCION DE ESTE DOCUMENTO, LA CUAL TIENE QUE ARMAR EN EL TOTAL MAS EL INTERES LEGAL DE MONEDA DOLAR EN SU VENCIMIENTO ASÍ COMO EL ADICIONAL DE MONEDA PERUANA POR LA CUAL SIN PREJUDICIO EN CASO DE NO PAGAR LA SOLA PRESENTACION DE ESTA FACTURA SIN SU RESPECTIVO ASER SERIA SUFICIENTE PROBAR DE LA AUTENTICIDAD.</small></p> <p>FORMA DE PAGO <input type="checkbox"/> EFECTIVO <input type="checkbox"/> TARJETA DE CREDITO - DEBITO <input type="checkbox"/> DINERO ELECTRONICO <input type="checkbox"/> OTROS </p> <p>Entregué Conforme _____ Recibí Conforme _____</p> | | | <p>Total gr. Ivado / tarifa 0% 0.00</p> <p>Total gr. Ivado / tarifa 14 % 4 1.57</p> <p>IVA 14 % 4 12.75</p> <p>TOTAL USD</p> |

ORIGINAL / ADJUDICANTE / 1° COPIA / EMISOR 2° COPIA SIN DERECHO A CREDITO TRIBUTARIO

PINEDA CASTRO ANA ELIZABETH / OP GRAFICAS & AFINES - Cel: 0987 170 861 - RUC: 1002771457001 - AUT. SRI: 13673
Válido desde 11 Julio / 2016 hasta 11 Julio / 2017 No. 0027301 AL 0029300

00138813
OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD
PLASTI HOGAR

MALDONADO CACOANGO PABLO CESAR

DOCUMENTO CATEGORIZADO NO

DIRECCIÓN: García Moreno y Modesto Jaramillo

Telf: 0996 234 283 / 062 922 847 / Otavalo-Ecuador

RUC: 1002379467001

FACTURA

Autorización: SRI: 1119472908

SERIE: 001 - 001

Nº 0030184

Clientes: CONSUMIDOR FINAL

Dirección: MALD

RUC:

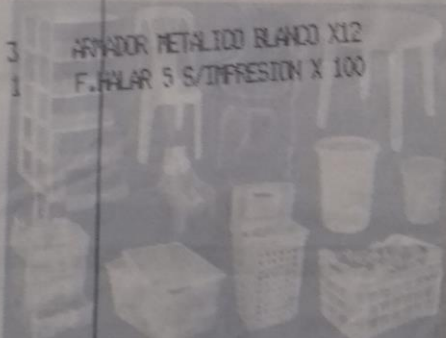


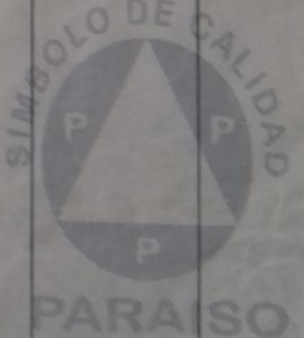
9999999999

Fecha:

18/10/16

Telf:

Guía Rem:

| CANT. | DESCRIPCIÓN | P. UNITARIO | TOTAL |
|--|-------------------------------|------------------|-------|
| 3 | ARMADOR METALICO BLANCO X12 | 4.00 | 12.00 |
| 1 | F. HALLAR 5 S/IMPRESION X 100 | 1.00 | 1.00 |
|   | | | |
|   | | | |
| | | | 0.00 |
| | | Total gravado | 11.40 |
| | | tarifa 0% | |
| | | Total gravado | 1.60 |
| | | tarifa 14 % | |
| | | IVA 14 % | 13.00 |
| | | TOTAL USD | |

DEBE Y PAGARE INCONDICIONALMENTE EN EL LUGAR QUE SE CONVENGA A LA ORDEN DE PLASTI HOGAR DESDE LA FECHA DE SUSCRIPCION DE ESTE DOCUMENTO LA CANTIDAD QUE APARECE EN EL TOTAL, MAS EL INTERES LEGAL DE MORA DESDE SU VENCIMIENTO ASI COMO EL ADICIONAL DE MORA PERMITIDO POR LA LEY SIN PROTESTO EN CASO DE NO PAGO. LA SOLA PRESENTACION DE ESTA FACTURA ANTE EL RESPECTIVO JUEZ SERIA SUFICIENTE PRUEBA DE LO ADEUDADO.

FORMA DE PAGO

☐ EFECTIVO ☐ TARJETA DE CREDITO - DEBITO ☐ DINERO ELECTRONICO ☐ OTROS

Entregué Conforme

Recibí Conforme

PINEDA CASTRO ANA ELIZABETH / QP GRAFICAS & AFINES - Cel: 0987 170 861 - RUC: 1002771457001 - AUT: SRI 13573
Valido desde 16 Septiembre 2016 hasta 16 Septiembre 2017

ORIGINAL / ADQUIRENTE / V-COPIA / EMISOR / V-COPIA SIN DERECHO A CREDITO TRIBUTARIO

PROFORMA DE MUEBLES

[illegible]

MUEBLES LIVE

Y ALGO MÁS !!!...

Iván Ruiz

Ventas

2923 761

0983 552 304

IMPORTADORA
ESPINOZA

Feliz Navidad

**X
TECH**

PRODUCTO
Silla de Oficina Cannes Negro / Gris

DESCRIPCIÓN
Alfaro con asiento neumático convenientemente ajustable con un solo toque.
Recomendada para un uso intensivo de 8-8 horas por día.
Capacidad de peso máxima para sillas: hasta 200 lbs.
Instrucciones de montaje fáciles de seguir.

peso soportado: 120 lbs / 265 lbs

Dimensiones:
Longitud: 50 cm
Ancho: 53 cm
Altura: 84 cm

Materiales:
Plástico: 25%
Metal: 20%
Espuma: 20%
Madera: 15%
Madera: 20%

Color: Negro / Gris

100% GARANTÍA DE CALIDAD

¿COMO COMPRAR?

| | | | |
|---|--|--|---|
| ACLARE LAS DUDAS Resuelva todas las preguntas que quiera en la sección "PREGUNTAS AL VENDEDOR". | REALICE SU OFERTA Comprar Una vez aclaradas sus dudas, proceda a dar clic en comprar. | REVISE SU CORREO En pocos minutos recibirá un correo electrónico con los datos y pasos para completar la compra. | RECIBA SU PRODUCTO Y CÁRGUEMOS Reciba el producto en una de nuestras oficinas o reciba en la oficina de su preferencia. |
|---|--|--|---|

CONDICIONES DE COMPRA

Al hacer clic sobre el botón Comprar usted se compromete a completar la compra o transacción. Oferte solo si está seguro de realizar la compra, evita cualquier inconveniente. Haga clic sobre los productos y obtenga todos los datos sobre los productos, incluyendo descripciones, precios, disponibilidad, etc. Pregunte por disponibilidad ya que el tiempo para el envío es limitado. Al momento de hacer clic sobre el botón Comprar para completar la compra, se le hará el producto será enviado a la mejor manera.

HORARIOS

Lunes a Viernes
8:30 - 18:00
Sábado
10:00H - 14:00H

FORMA DE PAGO

Efectivo - transferencia
Precio publicado en Mercado Libre y Ofertas, aplica únicamente pagos en efectivo.
Tarjeta de Crédito
Precio Normal en pagos con tarjeta de Crédito y Débito.
Haga compras con tarjetas, pagamos directamente a nuestro local, ya que actualmente no contamos con el momento con pagos en línea, por favor consulte a disponibilidad y tasa de interés para el uso de su tarjeta de crédito preferida.

ENTREGAS Y FORMA DE ENVÍO

Si reside en Quito puede realizar el pago y retiro del artículo adquirido, en nuestro local o coordinar el envío a domicilio a través de Servimigra.
En Provincia, puede realizar el pago mediante depósito bancario o transferencia electrónica.
El envío se realizará previa confirmación del depósito o transferencia bancaria, si el pago es realizado antes de las 3:00 pm, su compra será enviada el mismo día, caso contrario se enviará el siguiente día laborable.
El plazo de entrega puede variar dependiendo de: medio de transporte, fines de semana y días festivos.

FORMA DE PAGO

Efectivo (Precio Publicado)
Transferencias Bancaria
Deposito, (B. Pichincha)
Tarjeta de Crédito
(El pago con tarjeta es mas recargo).

IMPORTADORA
ESPINOZA

PUEDES CONTACTARNOS PARA COMPRAR AL POR MAYOR Y MENOR

Pregunta más sobre nuestros productos.
Estaremos gustosos de atenderte

mercado Libre

EPSON SONY hp SAMSUNG Kingston Pioneer

PROFORMA DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

MATEOS
CENTER
Cyber C@bin@s

DIRECCIÓN: AV. MARIANO ACOSTA ENTRADA LA FLORIDA.
RUC: 1002704201001
SOLUCIONES COMPUTARIZADAS

Ibarra, 09 de Diciembre, del 2016

Cliente: Paolina Flores C.C. 100401967-3 Telf. 0988048868

Proforma

| CANT. | DESCRIPCION | V.UNIT. | V.TOTAL |
|-------|---|----------|---------|
| 2 | PORTATIL HP 14V14LA CORE I7 8GB DE MEMORIA, 750 GB DISCO DURO, 142, WIRELES, CAMARA, DVD WRITER. | 950 | 1900 |
| 2 | CORE I7/1151/3.4GHZ/DISCO DURO 2TB MEMORIA RAM 8GB DDR4/DVDRWRITER/ MONITOR 19.5"/REGULADOR 8TOMAS. | 1050 | 2100 |
| 2 | IMPRESORA EPSON L375/WIFI/CON SISTEMA DE TINTA CONTINUA ORIGINAL. | 348.84 | 697.68 |
| | | Subtotal | 4120.77 |
| | | Iva 14% | 576.91 |
| | | Total | 4697.68 |

- Proforma valida por 15 días desde la fecha de emisión
- Precios sujetos a variación

MATEOS CENTER
SOLUCION COMPUTARIZADA
RUC: 1002704201001
Javier Semblantes
C.C. 1002704201
Telf: 0985296439
Email: mateoscenter@hotmail.com



INTEC PC
INNOVACION & TECNOLOGIA A TU SERVICIO

Av. Teodoro Gómez de la Torre y Bartolomé García
Telf: 062640-495
Email: intecpc@hotmail.com

FECHA: 09 de diciembre 2016
CLIENTE: PAOLINA FLORES
DIRECCION: OTAVALO
RUC: 1004019673
TELEFONO: 0988048868

| CANTIDAD | CARACTERISTICAS | | |
|----------|---|--------|---------|
| 2 | PORTATIL HP 14V14LA CORE I7, 8 GB MEMORIA, 750 GB DISCO DURO, 14" WIRELES, CAMARA, DVD WRITER | 910,00 | 1820,00 |
| 2 | IMPRESORA EPSON L375 WIFI TINTA CONTINUA | 310,00 | 620,00 |
| 2 | CORE I7 DISCO DURO DE 2 TB, MEMORIA RAM DE 8GB DVD WRITER MONITOR DE 19" REGULADOR DE 8 TOMAS | 980,00 | 1960,00 |
| SUBTOTAL | | | 3859,65 |
| IVA | | 14% | 540,35 |
| TOTAL | | | 4400,00 |

* Proforma valida hasta el 24 de diciembre de 2016

La Proforma está sujeta a cambios por variación de precios

INTEC PC

EN CASO DE TRANSFERENCIA BANCO DEL PACIFICO CTA CTE # 00535900-7 HILDA MORALES



INTEC PC
INNOVACION & TECNOLOGIA
A TU SERVICIO
RUC: 1002689457001



WORLD COMPUTERS
Su inversión inteligente

PROFORMA

Razón Social para Emisión de Retención: **NORMA YOLANDA CORDOVA PALADINES**
RUC: 0701084121001

CONTRIBUYENTE ESPECIAL Resolución N°466 - NO EFECTUAR RETENCIÓN DEL IVA

Proforma N°: 5096
Señores: JUNTA PARROQUIAL SAN RAFAEL DE LA LAGUNA
Contacto: Srt. HINOJOSA ELVIA VERONICA
Código: 1060019600001
Teléfono: 2918-508
Dirección: Otavalo
Fecha de Envío: 30 de Octubre del 2014



| | DESCRIPCIÓN | PRECIO UNITARIO | PRECIO TOTAL |
|--------------------------|--|-----------------|-----------------|
| 1 | GPS Garmin etrex30 ruteables, Incluye el mapa del Ecuador, " GARMIN ECUADOR CITY NAVIGATOR NT NT RUTEABLE" | 577.00 | 577.00 |
| 1 | Multifuncion Epson L355 Sistema Cont+cab | 240.25 | 240.25 |
| 1 | Multifuncion Epson L555 SistCont+cab FAX | 306.88 | 306.88 |
| 1 | Not. Toshiba S55-A5139 Ci7/8G/1T W8 Original | 899.00 | 899.00 |
| 1 | Not Dell 3442 i3 4GB 1TB W8 + Promo | 594.72 | 594.72 |
| 1 | Camara Sony DSC-TF1 16.1 Mp + Est+Men | 238.26 | 238.26 |
| | | Subtotal | 2,856.11 |
| | | IVA 12% | 342.73 |
| GARANTIA DE 1 AÑO | | Total | 3,198.84 |

Atentamente,
Isabel Pute
Isabel Pute
Asesor Comercial

Celular:
0997523012

Si necesita mayor información y asesoramiento de este y otros productos no dude en llamarnos

La Garantía y Confianza es lo más importante...

Dirección: Ibarra, calle Pedro Moncayo 3-53 y Rocafuerte

Teléfonos: 2608-010 / 2 640-333 / 2950-008 / 2 640-444 Telefax 2 643-036

PROFORMA DE SUMINISTROS DE OFICINA

superpaco
La mejor en papelería y tecnología
Av. Colón E4-81 y 9 de Octubre / P.O. Box 17-01-1313
Tel.: +593 2 3997 500 • Fax: +593 2 2521667
www.superpaco.com
QUITO - ECUADOR

zon Social : PA.CO Comercial e Industrial S.A.
reccion : AV.COLOM E4-81 Y AV.9DE OCTUBRE
nacen : PA.CO IBARRA
reccion : AV. MARIANO ACOSTA 21-47 Y VICTOR GOMEZ JURADO
telefonos : 3997500 3997500
ITO

PROFORMA: 037-002-000000385
RUC : 1790040275001
CONTRIBUYENTE ESPECIAL Resol.: 5368 del 02/06/1995
Fecha : 15 DE OCTUBRE DEL 2014
Fecha Entrega: DE MES: DEL
Emission Sist.: 14/10/15 10:22:15
No. Control : 36-PR-00000385
Cliente : 9999 GOB.AUT.DES.PARROR.RURAL SAN RAFAEL DE
Direccion : CALLE BOLIVAR No:
Telefono : 2918508 Ciudad :
RUC/Cedula : 1060019600001

Pagina: 1 de 1

Idio: (36-PR-0000000) Vendedor: 999-GENERAL Usuario: laendez Autoriza: rtilleria

| COD. BARRAS | PRODUCTO/REFERENCIA | MARCA | CANTIDAD | UNI | T.PRECIO UNITARIO | PRECIO TOTAL OBSER |
|---------------|--|----------|----------|-----|-------------------|--------------------|
| 075375990747 | GPS MONTEREA PARA TOPOGRAFIA CON CAMARA EXPR PUESTOS 60 Y USB | GARMIN 1 | 1.00 | UM | 882.20000 | 882.20 |
| 075375990753 | GPS MONTANA 650 | GARMIN | 1.00 | UM | 775.44000 | 775.44 |
| 075375990753 | GPS NUVI GARMIN ETREX 30 DE BUENA PRECIS IDN | GARMIN 3 | 1.00 | UM | 312.58000 | 312.58 |
| 075375990753 | GPS NUVI GARMIN ETREX 10 DE BUENA PRECIS IDN | GARMIN | 1.00 | UM | 185.70000 | 185.70 |
| 000000038810 | PORTATIL INSPIRON 14 5000SERIES INT CORE DELL 17 888 1TB 14PLG WS | | 1.00 | UM | 1,088.00000 | 1,088.00 |
| 000000038810 | TEL CORE 17 CUARTA GENERACION. 8GB RAM, 1TB DISCO DURO, WI-FI, BLUETOOTH, WINDOWS 8 | | 1.00 | UM | 139.24000 | 139.24 |
| 0740617198218 | CCM 215 20.1MPX COOLPIX 83400 LCD 2.7PLG NIKON 100M OPTIK 40 COLOR NEGRO | | 1.00 | UM | 9.26000 | 9.26 |
| 0740617198218 | TA METALICA USB 2.0 | | 1.00 | UM | 177.55000 | 177.55 |
| 0740617198218 | PORTATIL L45-04205FL INTEL CORE I3 1.7GHZ TOSHIBA 2 4GB 750GB 14PLG WINDOWS 8 | | 1.00 | UM | 17.82000 | 17.82 |
| 0740617198218 | CONV 8.1, PROCESADOR INTEL CORE I3-4005U (3M CACHE, 1.70 GHZ), GRAFICOS MOBILE INTEL HD CON MEMORIA GRAFICA DINAMICAMENTE | | 1.00 | UM | | |
| 0740617198218 | CAMARA 4GB RAM, 750GB DISCO DURO, UNIDAD DVD SUPERMULTI SOPORTA 11 FORMATOS, PANTALLA DE 14PLG, CAMARA WEB, WI-FI, BLUETOOTH | | 1.00 | UM | | |
| 0740617198218 | TOLEMANIA 12000mAh 1800mAh AAA 2 PILA EMERGIZER 6 AA DE 2000mAh CDM-240618 | | 1.00 | UM | | |

Esta proforma tiene validez solo con el nombre, firma del vendedor y sello de PA.CO Comercial e Industrial S.A.
En caso de existir cambios de precios por nuestros proveedores y/o modificaciones cambiarias oficiales que afecten
el costo de la mercadería, nos veremos obligados a actualizar precios en el momento de la facturación previo su conocimiento.
VALIDEZ OFERTA: 8 DIAS**

PA.CO
Comercial e Industrial S.A.
CONTRIBUYENTES ESPECIALES
Nº 5368

SUBTOTAL : 4,087.19
TARIFA 0% : 0.00
TARIFA 12% : 4,087.19
I V A 12% : 490.46
TOTAL : 4,577.65



La mejor en papelería y tecnología

Colón E4-81 y 9 de Octubre / P.O. Box 17-01-1313
Tel.: +593 2 3997 500 • Fax: +593 2 2521667
www.superpaco.com

QUITO: ECUADOR
Sociedad : PA.CO Comercial e Industrial S.A.
Dirección : AV. COLÓN E4-81 Y AV. 9 DE OCTUBRE
Sucursal : PA.CO IBARRA
Dirección : AV. MARIANO ACOSTA 21-47 Y VÍCTOR GÓMEZ JURADO
Teléfonos : 3997500 3997500
Código : 170

PROFORMA: 037-002-000000405
RUC : 1790040275001
CONTRIBUYENTE ESPECIAL Resolución: 5368 del 02/06/1995
Fecha : 4 DE NOVIEMBRE DEL 2014
Fecha Entrega: DE MES: DEL
Existencia Sist.: 14/11/04 14:54:44
No. Control : 36-PR-00000405
Cliente : 9999 GOB.AUT.DES.PARROR.RURAL SAN RAFAEL DE
Dirección : CALLE BOLÍVAR No:
Teléfono : 2918508 Ciudad :
RUC/Cadula : 1060019600001

Página: 1 de 1

Código: (36-PR-0000000) Vendedor: 999-GENERAL Usuario: Imendez Autoriza: rtilleria

| COD. BARRAS | PRODUCTO/REFERENCIA | MARCA | CANTIDAD | UNI | T.PRECIO UNITARIO | PRECIO TOTAL | OBSER. |
|---------------|---|-------|----------|-----|-------------------|--------------|--------|
| 0027242877115 | CAM DIG 20.1MPX DSC-M500 2.7PLG HD ZOOM SONY | 2 | 2.00 | UN | 2 | 140.28000 | 280.56 |
| | OPTICO 51 COLOR NEGRO | | | | | | |
| 0010343945007 | IMPRESORA L555 INKJET MULTIFUNCION WIREL EPSON | | 1.00 | UN | 2 | 345.00000 | 345.00 |
| | ESS SISTEMA TINTA CONTINUA | | | | | | |
| 750762994747 | GPS MONTEIRRA PARA TOPOGRAFIA CON CAMARA GARMIN | | 1.00 | UN | 2 | 882.20000 | 882.20 |
| | BMPX PUESTOS SD Y USB | | | | | | |
| 750754975376 | GPS NUVI GARMIN ETREX 20 DE BUENA PRECIS GARMIN | | 2.00 | UN | 2 | 312.50000 | 625.00 |
| | IGN | | | | | | |

Esta proforma tiene validez solo con el nombre, firma del vendedor y sello de PA.CO Comercial e Industrial S.A.
En caso de existir cambios de precios por nuestros proveedores y/o modificaciones cambiarias oficiales que afectan
esto de la mercadería, nos veremos obligados a actualizar precios en el momento de la facturación previo su conocimiento.
FECHA OFERTA: 8 DIAS**

PA.CO
Comercial e Industrial S.A.
CONTRIBUYENTE ESPECIALES
Nº 5368

SUBTOTAL : 2,485.46
TARIFA 0% : .00
TARIFA 12% : 2,485.46
I V A 12% : 298.26
TOTAL : 2,783.72

Anexo 4: FOTOGRAFÍAS

